الشركات الاعلامية الرقمية الناشئة في العالم العربي

نموذج لبنان والمغرب والاردن
حالات وتطبيقات





٢٠١٩

الشركات الاعلامية الرقمية الناشئة في العالم العربي

نموذج لبنان والمغرب والاردن

حالات وتطبيقات

2019

أعدت الدراسة مؤسسة مهارات

من لبنان:

الدكتور علي رمال

شارك في الإعداد:

المحامي طوني مخايل

المحامية نسرين سلهب

الاستاذة رلى مخايل

الصحافي حسين الشريف

من الأردن:

الاستاذة أميرة مبارك

من المغرب:

الصحافية ليلى الشفقي

مراجعة الدراسة:

الدكتور جورج صدقة

التصميم

مقدمة عامة

القسم الاول: لبنان

القسم الثاني: المغرب

مقدمة عامة

أخذت المشاريع الرقمية الناشئة في السنوات الاخيرة أهمية كبيرة على الصعيد الاقتصادي بالنظر الى الدور الذي يمكنها أن تلعبه كمحرك للاقتصاد ومنشئ لفرص عمل ومولد لدينامية في المجتمع.
وتكمن أهمية هذه المشاريع في أنها أسستلمقاربة جديدة في اطلاق المؤسسات مستندة الى التكنولوجيا الرقمية والى مبادرات فردية خلّاقة تستجيب لحاجات المجتمع وتسمح لها ببناء نموذج اقتصادي يضمن نجاحها واستمراريتها.
وتسعى غالبية الدول اليوم الى تشجيع مثل هذه المبادرات من أجل اشراكها في عملية النهوض الاقتصادي مع ما تحمله من فرص للشباب في تحقيق طموحاتهم ومن تطبيقات تخدم المجتمع وتساهم في تقدمه وفي زيادة الدخل القومي.

وقد حصل قطاع الاعلام على حصة كبيرة من هذه المؤسسات الناشئة، لاسيما وان تكنولوجيا الاتصال مع ما حملته الثورة الرقمية من امكانات هائلة، وما حملته خدمات الانترنت من تطبيقات كثيرة، تستجيب لحاجة الجمهور الذي ما انفك يطلب المزيد من تقنيات الاتصال والتواصل وانواعه في "عصر الاتصال" هذا.

انطلاقا من هذا الواقع العالمي، جاءت هذه الدراسة لتستطلع واقع العالم العربي ولتجيب على السؤال التالي: ما هو واقع المشاريع الرقمية الاعلامية الناشئة في العالم العربي اليوم؟

في اجابتها على السؤال عملت الدراسة ميدانيا على نماذج ثلاثة شملت ثلاثة بلدان عربية: لبنان، المغرب والاردن. وقد اعتمدت على رصد الشركات الاعلامية الناشئة في هذه الدول من أجل الاجابة على مجموعة من الاسئلة الضرورية للاحاطة بنشأتها وظروف عملها والاطار العام الذي تنشط فيه. وقد نفّذ العمل ميدانيا ثلاثة فرق بحثية نشطت في كل من هذه البلدان، وحملت الاسئلة نفسها:

- ما هو واقع الشركات الاعلامية الرقمية الناشئة ؟
- ما هي التحديات التي تواجه هذه الشركات؟
- ما هي عناصر النظام البيئي الحاضن للشركات الاعلامية الناشئة ؟
- ما هو الاطار القانوني لإنشاء هذه الشركات ؟

- ما مدى الحرية المعطاة لها؟
- أي نموذج اقتصادي تعتمده ومدى نجاحه في ضمان استقلالها واستمرارها؟
- هل هناك مهارات اساسية لإنشاء نموذج أعمال جديد للإعلام؟
- هل هناك اهتمام من جانب مؤسسات التعليم العالي العربية في مجال الاعلام والابتكار ؟

ان هذه الدراسة تجيب باسهاب على هذه الاسئلة وتشرح واقع المؤسسات الناشئة في هذه الدول وتعرض الصعوبات التي تعيق نموها كما تحاول تقديم توصيات من أجل انجاح مبادرات الابتكار في العالم العربي.

القسم الاول الشركات الاعلامية الرقمية الناشئة في لبنان

مقدمة

تنامى الاهتمام بريادة الاعمال وتزايد الإقبال في العالم على تأسيس المشاريع الناشئة في مختلف المجالات كأحد مؤشرات النمو في ريادة الاعمال. وازداد هذا التوجه لاسيما مع ضعف الطاقة الاستيعابية الوظيفية للمؤسسات العامة والخاصة، واتساع نطاق توجه الافراد الى الاستقلالية والمخاطرة، ومع التطور التكنولوجي المتسارع وسهولة الحصول على البيانات والمعلومات وتزايد نطاق التجارة الاكترونية وعدم الحاجة الى تجهيزات رأسمالية كبيرة، ومع التوجه الى الاقتصاد القائم على الخدمات الذي لا يتطلب اكلافا مرتفعة.
وتشير الدراسات الى توجه عدد كبير من الافراد من ذوي الاعمار ما بين 25-40 الى تأسيس مشاريع ريادية صغيرة خاصة بهم رغم عدم خبرة عملية لديهم عن حاجات السوق الفعلية والانشطة التجارية والصعوبات والمخاطر.الى ذلك، فرضت الثورة المعلوماتية نفسها كمصدر للبقاء والمنافسة لا غنى عنه، فاقتحمت الاسواق العالمية وفرضت سوقا خاصا بها.

واذا كان المجتمع اليوم يسمى "مجتمع المعلومات" فانه بالتالي المجتمع الذي يعتمد اساسا على المعلومات كمورد استثماري وكسلعة استراتيجية وكخدمة ومصدر للدخل ومجال جديد للقوى العاملة.
وقد تم استخدام المعلومات في المشاريع الناشئة كمورد اقتصادي في مختلف القطاعات ومن بينها القطاع الاعلامي، حيث أحدثت تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات تغيرات كبيرة في الهياكل المؤسسية وفي البنية الاقتصادية والخدماتية، واستخدمت هذه التكنولوجيا كميزة تنافسية في مجال المشروعات الريادية الناشئة.

ويعتبر لبنان احد عواصم الابتكار الرقمي المزدهرة في منطقة الشرق الاوسط، اذ يستضيف حوالي 13% من اجمالي عدد المستثمرين في منطقة الشرق الاوسط وشمالي افريقيا حيث بلغ عدد الاستثمارات في هذا المجال اكثر من 100 استثمار بين العامين 2013 و 2016 .
وعلى مدى السنوات الماضية وبالمقارنة مع أسواق منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا الأخرى، ارتفع لبنان بشكل ثابت في كل من عدد الصفقات (حوالي 40 صفقة في عام 2016) وقيمة الصفقات (حوالي 56 مليون دولار في عام 2016).[1]

[1]- Lebanese Innovation Economy study (Arabnet)

أولا: أهداف الدراسة

منذ فترة والحديث عن أزمات يُعاني منها الاعلام في لبنان لا يهدأ، فالصعاب اصبحت كثيرة في ظل نقص حاد في مصادر تمويل معظم وسائل الاعلام اللبنانية، الامر الذي دفع عددا منها الى الاقفال او تقليل عدد الصحافيين العاملين فيها.
فالازمة المؤسساتية في الصحافة اللبنانية ليست جديدة،فهي تنتمي الى نموذج اقتصادي تم انشاؤه منذ عقود وتم تصميمه ليتلاءم مع الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية والتقنية التي كانت سائدة آنذاك، وكان ينبغي اصلاحه منذ فترة ما بعد السبعينات والثمانينات، لكن كل المحاولات لم تفلح الى حين قدوم الثورة الرقمية،ثم الازمات المالية التي ارخت بظلالها ايضا على مؤسسات الاعلام المرئي والمسموع ايضا. ولم تكن هذه المؤسسات جاهزة لاستيعاب الصدمة وحدثت الازمة وابرز تجلياتها اقفال العديد من المؤسسات الاعلامية وصرف العديد من الاعلاميين بغية تخفيض النفقات.ومثل بقية العالم ، فان نموذج الاعمال القديم بات يعاني ويواجه مخاطر الاستمرار.

في المقابل تم انشاء نماذج اعمال جديدة وبدأت بالظهور مؤسسات اعلامية على شبكة الانترنت ووصلت بسرعة الى شريحة واسعة من الجمهور، الا ان الوزن الاقتصادي لهذه العملية لا يزال دون التوقعات وفي بعض الاحيان مخيبا للامال.
هذا الواقع يفتح الطريق على مصراعيه امام ريادة الاعمال في مجال الاعلام، والاتجاه الى انشاء شركات اعلامية ناشئة تعتمد على الابتكار والابداع في تقديم المحتوى، مع تقديم نموذج اعمال ناجح يضمن استمراريتها واستقلالها ماديا بعيدا عن المال السياسي الذي يسيطر على معظم وسائل الاعلام التقليدية في لبنان.

1- اشكالية الدراسة وتساؤلاتها

من الواضحان تعميم مصرف لبنان 331 عزز المشهد للشركات الناشئة، مع صعود أكثر لهذه الشركات، والمسرعات، ورأس المال الاستثماري، وبرامج دعم النظم البيئية. إن هذا التعميم شجع المصارف اللبنانية على الاستثمار في الشركات الناشئة، الحاضنات والمسرعات، وشركات أخرى عاملة في مجال اقتصاد المعرفة.
وبالرغم من ذلك تواجه الشركات الناشئة في مجال التكنولوجيا اللبنانية العديد من العقبات في رحلتها التجارية بسبب انخفاض توافر المواهب التقنية، والبيئة السياسية اللبنانية، وعدم الوصول إلى العملاء والأسواقالمحلية والاقليمية والعالمية.

تكمن اشكالية هذه الدراسة اذا في البحث عن مكامن القوة والضعف للمؤسسات الاعلامية الناشئة والبيئة التي تعمل من خلالها.

ويتفرع عن هذه الاشكالية الاسئلة التالية:

- ما هي خارطة الطريق لوسائل الاعلام الناشئة في لبنان؟
- ما هي التحديات التي تواجه الشركات الاعلامية الناشئة؟
- هل هناك مهارات اساسية لإنشاء نموذج أعمال جديد للإعلام؟
- ما هي عناصر النظام البيئي الحاضن للشركات الاعلامية الناشئة في لبنان؟
- هل هناك اهتمام أكاديمي في مجال الاعلام والابتكار ؟
- ما هو الاطار القانوني لإنشاء الشركات الاعلامية الناشئة في لبنان؟

2- منهجية الدراسة

تنتمي هذه الدراسة الى البحوث الوصفية التي تعتمد المنهج المسحي الذي يفيد في الحصول على بيانات ومعلومات عن الظاهرة موضوع البحث.

وقد اعتمدت الدراسة على رصد الشركات الاعلامية الناشئة في لبنان وعرضت لظروف نشأتها والصعوبات التي تواجهها.

وتشكلت العينة من المواقع والمنصات التالية: درج - ميغافون - Figur-it - Labneh & Fact - عرب نت- مهارات-نيوز - ستيب فيد - صحتي وانوثة ولوليا .

اما ادوات البحث فتركزت على المقابلات مع مسؤولي المشروعات الاعلامية واساتذة جامعات متخصصين في الشأن الاعلامي .

التعريفات الاجرائية:

بداية لا بد من اظهار الفارق بين مفهوم ريادة الاعمال و مفهوم المشاريع الناشئة وفق المعادلة التالية:
" ان كل مشروع ناشئ (startup) هو ريادة اعمال (entrepreneurship) وليس كل ريادة اعمال (entrepreneurship) هي مشروع ناشئ (startup)" .

ريادةالاعمال: هي عملية انشاء كيان جديد او تطوير كيان موجود فعليا كاستجابة لفرص جديدة يود هذا الكيان الاستفادة منها بشكل تجاري،وتعتمد ريادة الاعمال بشكل كبير على مستويات الخبرة.فكلما زاد عمر الكيان فانه يعبر عن مدى تأقلمه مع السوق والنجاح في الاستمرارية.

ويعرف Jeffry A. Timmons[2] الريادة على أنها القدرة على خلق وبناء الأشياء من لا شيء. إنها المبادرة والعمل والإنجاز لبناء المشروع. علاوة على كونها الملاحظة والتحليل وهي موهبة الإحساس بالفرصة حيث لا يراها الآخرون.

[2]- Jeffry A. Timmons, The Entrepreneurial Mind: 1981-1982

الريادة هي أن تكون إلى جانب فريق عمل مكمل لمهاراتك ومواهبك وهي معرفة كيفية التحكم وتنظيم الموارد (التي غالبا ما تكون مملوكة للآخرين)، والتأكد من عدم إنفاق المال إلا في الضرورة وهي الاستعداد للمخاطرة المحسوبة سواء الشخصية أو المالية ثم القيام بكل شيء ممكن للحصول على المنفعة المفضلة.

المشروع الناشئ:

هو مشروع يبدأ من الصفر ويستطيع الوصول لنجاح يظهره لشريحة من المستخدمين في خلال سنتين على الاكثر، و طوال هذه الفترة يسمى بالمشروع الناشئ. وقد التصق اسم المشروع الناشىء حاليا بالمشاريع التقنية الحديثة.

ويشير ستيف بلانك احد رواد الاعمال في "سيليكون فالي" ان الشركة الناشئة هي منظمة تم تشكيلها للبحث عن نموذج أعمال قابل للتكرار وقابل للتوسعة. اما بول جراهام ، مؤسس "Y Combinator "وهو رجل أعمال وأكاديمي في "سيليكون فالي" فيشير الى انها شركة مصممة لتنمو بسرعة اي ان تأسيس الشركة حديثًا لا يجعل الشركة في حد ذاتها شركة ناشئة كما أنه ليس من الضروري بالنسبة لشركة ناشئة أن تعمل على التكنولوجيا، أو أن تأخذ مجازفة مالية معينة، لكن الشيء الأساسي الوحيد هو النمو، وكل شيء آخر مرتبط مع الشركات الناشئة يتبعهذا النمو. اذ لا يهم عمر الشركة عند تصنيفها كشركة ناشئة سواء تم تأسيسها قبل بضعة أشهر أو قبل ثلاث سنوات، طالما أن منحنى نمو الشركة ما زال عموديًا، يمكن تصنيفها على أنها شركة ناشئة. لذلك، فإن النمو السريع بشكل كبير هو إحدى سمات الشركات الناشئة. وهذا النمو يمكن أن يكون نموا داخليا، من خلال توسيع الفرق والعمليات، أو يمكن أن يعني نمو السوق، عن طريق زيادة عدد المستخدمين والعملاء.

صفة اخرى تنطبق على الشركات الناشئة وهي عنصر الجدة اذ ينظر الى الشركة الناشئة بأنها تسعى لحل مشكلة قديمة من خلال ايجاد حلول جديدة لها، اي يجب على شركة ناشئة أن تقدم طريقة جديدة لعمل شيء ما في العالم.

الريادى:

- يصف فريدريك هاربسون Fredrik Harbison الريادي بأنه الشخص الذي يملك مهارة البناء المؤسسي بجانب مهارات إدارية و إبداعية في بناء التنظيم أو إدارة المؤسسة.
- ويقول ماكليلاند mcclelland أن الريادي هو الإنسان غير التقليدي والذي يتوج أعماله بطريقة مميزة مبتكرة والأهم من ذلك أنه قادر على اتخاذ القرار في ظروف غامضة ترتفع فيها نسبة المخاطرة و الريادي ذو سلوك اقتصادي و لديه واقعية قوية لبلوغ الهدف، إنه الإنسان ذو الآراء المميزة ، وصاحب الخيال الواسع .

و في كتابه The Entrepreneurial Mindوصف Jeffry A. Timmons الرياديين على أنهم الذين يميلون إلى التطور والـذين يمتلكون كـلاً من صفـة الإبـداع والمهارات الإدارية والبراعة في الأعمال.
هذا الاتجاه يميز الرياديين (Entrepreneur) عن الآخرين مثل المخترعين (Inventor) والمديرين في المؤسسات الكبيرة والمستقرة (Manager) و مؤسسي المشاريع (promoter) .

ثانيا: الشركات الاعلامية الناشئة في لبنان

بالرغم من ان عدد المواقع الاعلامية الالكترونية المسجلة في المجلس الوطني للاعلام يصل الى 372، بعضها مغلق والبعض الاخر يستخدم تقنيات بدائية في مجال التصميم والغرافيكس.[1]
كما انها تتماثل مع المؤسسات الاعلامية القائمة من حيث اعتمادالنموذج الاقتصادي والاداري والتحريري التقليدي.
في الواقع لا يوجد العديد من الشركات الاعلامية الناشئة في لبنان، اذ تواجه هذه الشركات تحديات كبيرة ابرزها عدم القدرة على الحصول على عائد مالي، اضافة الى نوع المضمون، وبالتالي عدد القراء والابتكار المقدم والشركات المهتمة بالاعلان في هذه المنصة الاعلامية[3]. وابرز الشركات الاعلامية الناشئة في لبنان "عرب نت" Arab net، "ستيب" Step ، و"ديواني" Diwanee. في حين، ان هناك شركات اعلامية تخطو خطواتها الاولى في هذا المجال مثل منصة "ميغافون"، "Figur-it "، "درج"، "مهارات نيوز" "Labneh & Fact"، "صحتي".

- **"درج"**

اسس موقع "درج" في العام 2018 وهي مؤسسة مستقلة تبغي الربح بحسب ديانا مقلد احدى المؤسسين. تأسست في بيروت ولكن توجهها عربي بحسب مقلد، وهناك كتّاب من سوريا والعراق ومصر وتركيا واليمن ومن العرب المقيمين في اوروبا. عندما واجهت المؤسسات الاعلامية التقليدية الازمة المالية منذ حوالي عامين، جاءت فكرة تأسيس "درج" من 3 صحافيين جاؤوا من هذه المؤسسات الصحافية التقليدية، وهي خاضعة لمال سياسي ولأجندات الممولين.

حاولت "درج" بناء صيغة على مرحلتين للوصول كمؤسسة اعلامية ناشئة الى الاستقلال المادي، اول مرحلة تقوم على شراكات مع مؤسسات مانحة تعمل على الصعيد الدولي لا تحاول التأثير على الخط التحريري للمؤسسة. وفي المرحلة الثانية التي تمتد على 5 سنوات يحاول الموقع الحصول على عائدات اعلانية وتسويقية تكفي للحصول على استمرارية واستقلال مادي.

1- احصائية للمواقع الالكترونية المسجلة في لبنان- المجلس الوطني للاعلام
2-مقابلة مع المدير الادراي لـFlat6 Lab في بيروت فوزير رحال

ويقدم "درج" نموذج اعمال ناجح من خلال القصة الثالثة بحسب مقلد، اذ أنه لا يقدم فقط محتوى متميزًا باللغة العربية، بل ومساحةً يمكن من خلالها لشركاء الإعلام وأصحاب المواقع الخاصة المؤثرة " private influencers"، والذين قد يكونون متخصصين في قطاع الثقافة على سبيل المثال تلقّي المساعدة لتحديث محتواهم باستخدام مؤثرات الجرافيك ومقاطع الفيديو والصور قبل نشرها في درج.

وميدان نشاط درج الأساسي هو الصحافة، إلا أنه يركز كذلك على أساليب الحياة، من خلال تسليط الضوء على أكثر القضايا إلحاحًا في المنطقة العربية في هذا المجال، مثل قصص تنشئة الأطفال والجنس على سبيل المثال، اذ ان "قصصًا كهذه لا يتم تناولها باللغة العربية على المستوى الذي نعمل فيه" بحسب مقلد، فوسائل الإعلام الرئيسية يتحكم فيها المال السياسي، وغالبًا ما تخضع لمحاذير دينية أو ثقافية. أما "نحن فيمكِّننا موقعنا من ملء تلك الفجوة، لأن من يملكون المال اللازم لإنتاج محتوى عالي الجودة لا يتمتعون بالحرية التي نتمتع بها".
وهناك تحديات عدة تواجه المؤسسات الاعلامية الناشئة بحسب مقلد،ابرزها جدة السوق الاعلامي على مستوى الاعلام الرقمي في العالم العربي، والابتكار والابداع في انتاج المحتوى الصحافي، اضافة الى التحديات في الحصول على مردود مادي عبر تقديم المحتوى الى القارئ.[4]

- **"ميغافون"**

ولدت فكرة منصة "ميغافون" Megaphone على موقع "فايسبوك" من قبل مجموعة من الشباب في كانون الاول عام 2017 مع اقتراب الانتخابات النيابية في لبنان. تحتوي المنصة على ما يقارب 30 ناشطا وجميعهم متطوعين، وكانت الفكرة الاساس من خلال هذه المنصة معالجة الاخبار والمقالات المكتوبة بشكل سردي وتحويلها الى رسوم بيانية وفديوهات تخاطب الشباب وتقربهم بطريقة مبتكرة الى الواقع السياسي اللبناني.
ولا زال اعضاء هذه المنصة يبحثون على مسرعين وحاضنات تساهم في تحويل عملهم الى شركة اعلامية ناشئة خصوصا انهم في طور اطلاق موقع الكتروني جديد.[5]

- **" Figur-it"**

يعتبر تطبيق "فيغر-ات" Figur-it احد التطبيقات التي تقوم بوظيفة جمع القصص ومراقبة المصادر والمنافسين، وإظهار الأفكار حول أفضل محتوى عبر مراقبة اكثر من 120 الف مقال اخباري في اللغة العربية وربطها بكمية التفاعل على موقع "فايسبوك" لتحديد اكثر القضايا والمواضيع التي يتداولها الجمهور.

---

[4]- مقابلة خاصة مع ديانا مقلد احد مؤسسين منصة درج

[5]- مقابلة خاصة مع جان قصير احد مؤسسي منصة "ميغافون"

انطلقت فكرة Figur-it في العام 2016 وحصلت على تمويل قدره 25 الف دولار من مبادرة 331، لكن البطء في صرف المبلغ المالي من قبل مصرف لبنان اثر على انطلاقة هذه المنصة بحسب المدير التنفيذي في Figur-it حرمون حمية. يؤكد حمية ان هناك صعوبات تواجه انطلاقة الشركات الاعلامية الناشئة ابرزها عدم وجود مسرعين متخصصين في مجال الشركات الاعلامية الناشئة، اضافة الى ان اصحاب هذه الشركات الاعلامية هم اصحاب افكار لكن تنقصهم الخبرة والعلاقات في مجال التسويق والمجال القانوني المرتبط بتأسيس الشركات الناشئة في لبنان.[6]

- **"Labneh & Fact"**

انطلقت منصة "Labneh & Fact" في العام 2016، وهي تضيء على القصص اللبنانية التي تعنى بالتنمية الاجتماعية والاقتصادية للبنان من أجل التغيير، ومحاولة بناء الجسور بين المجتمعات من أجل تشجيع الحوار السلمي. تنشط "لبنة اند فاكت" على موقع "فايسبوك" و"انستغرام" و "يوتيوب".
تحاول سريا حمدان مديرة المنصة الحفاظ على استقلاليتها من خلال اتباع نموذج الشركات الاعلامية الناشئة. اذ لا تريد التقيد بمواضيع معينة أو وضع إعلانات تزعج القارئ لمنتجات، خاصةً أن كل المتصفحين على الانترنت يستعملون ال-Ad-Blocker. لذلك، تتبع المنصة نموذجا غير متعارف عليه بكثرة في لبنان وهو مسمى في الولايات المتحدة بـ Native Advertising عبر استخدام المهارات الصحافية وانتاج الفيديوهات بالإضافة إلى المتابعة التعليمية والتدريبات لأي جهة مستعدة أن تدفع مقابل هذه الخدمات مثل المسرعين والحاضنين للمشاريع الناشئة، الشركات والأشخاص.
ويعتبر التحدي الاكبر بوجه الشركات الاعلامية الناشئة مثل "Labneh & Fact" تسجيل الشركة الذي يعتبر مكلفا جدا، اضافة الى انه يجب استخدام محام ومحاسب. وبالرغم من ان هذه الخطوات اساسية لكنها تمثل تحديا الى اي شركة اعلامية ناشئة في بداية انطلاقتها.[7]

- **"عرب نت"**

تتخصص مؤسسة "عرب نت" Arabnet في تنمية المجتمع الرقمي. تأسست في العام 2009.وتهدف من خلال نشاطاتها الى تعزيز التواصل في القطاع الرقمي في منطقة الشرق الأوسط، وتحفيز نمو اقتصاد المعرفة الرقمية، ودعم إنشاء شركات جديدة.وتعتمد عرب نت بحسب مديرة التحرير واحدى المؤسسين ريتا مخول في دخلها كشركة ناشئة على اقامة المؤتمرات حول العالم الرقمي في مختلف عواصم الشرق الاوسط لمناقشة أحدث وأهم المواضيع في هذا المجال بمشاركة متحدثين وخبراء عالميين. إضافة إلى الجمع بين رواد الأعمال والشركات الناشئة وبين الممولين والحاضنات من خلال مسابقتي ماراثون الأفكار وعرض الشركات الناشئة.

---

[6]-مقابلة خاصة مع حرمون حمية المدير التنفيذي في figure-it
[7]- مقابلة خاصة مع سريا حمدان مديرة منصة"Labneh & Fact"

كذلك، تعتمد عرب نت على موقعها الإلكتروني وهو مرجع رائد للأعمال الرقمية في الشرق الأوسط ويضم الأخبار، نصائح من الخبراء، مقابلات ودراسات، وقاعدة من الشركات الناشئة والمطورين ورواد الأعمال. يحتوي الموقع أيضاً على قاعدة بيانات الشركات الناشئة في القطاع الرقمي وهي الأشمل في منطقة الشرق الأوسط، بحيث أنها تحتوي على أكثر من 1000 شركة مسجلة من أكثر من ١٩ بلد.

كما تصدر مجلة معروفة بـ "The ArabNet Quarterly"، وهي الإصدار المطبوع الأول من نوعه للمؤسسات الرقمية النامية والشركات الرائدة، مع تغطية خاصة للأعمال الإلكترونية، التكنولوجية، ووسائل الإعلام وأخبار ريادة الأعمال في الشرق الأوسط. كذلك، تقدم عرب نت خدمة ذكاء الأعمال التي توفر خدمة مخصصة لتنظيم فعاليات لمطابقة الأعمال التجارية تلبية لأهداف ريادة الاعمال. وتصدر المؤسسة تقارير سنوية معمقة عن القطاع الرقمي، تقدم إحصاءات ورؤى قيمة للمدراء التنفيذيين.[8]

- **"مهارات- نيوز"**

منصة متعددة الوسائط اطلقتها مؤسسة "مهارات" تعنى بنشر تقارير معمقة لرصد السياسات العامة وتعزيز المحاسبة. يتم عبر مهارات نيوز التحقق من المعلومات وتصريحات السياسيين والاضاءة على القضايا المتعلقة بانتهاكات حقوق الانسان وحرية التعبير.

- **"ستيب فيد"**

هو منصة تفاعلية باللغة الانكليزية يركز على الحالات التي يتم نشرها بين الشباب والقضايا المتحسسة لحقوق الانسان والمرأة.

- **"صحتي وانوثة ولوليا"**

تعود ادارة ملكية صحتي وانوثة ولوليا الى مجموعة واحدة من رواد الاعمال اللبنانيين، الذين لا يملكون اي خلفية مرتبطة بمجال الاعلام، لكنهم شعروا ان هناك حاجة لإنطلاق منصة اعلامية مرتبطة بالمرأة. لذلك، تم اطلاق منصة انوثة في العام 2009، وتلا ذلك زيادة عدد المساهمين من رواد الاعمال لتنطلق منصة اخرى في العام 2011 وهي صحتي التي تهتم بكل ما يرتبط بالمجال الصحي. وجاء انشاء منصة لوليا لتواكب الثورة في مجال مواقع التواصل مع تعاون كامل مع مجموعة من المدونين والمؤثرين في مواقع التواصل من اجل انتاج محتوى قريب من الشباب. ويتوجه المحتوى في المنصات الثلاث الى الجمهور العربي وليس اللبناني.

وفي مقابلة مع مديرة التحرير في هذه المنصات الثلاث فيرونيك ابو غزالة، اشارت ابو غزالة الى ان هذه المنصات هي شركات اعلامية ناشئة وهي من القلائل في لبنان بالنظر الى ان هناك ضعف في عناصر

[8]- مقابلة خاصة مع مديرة تحرير "عرب نت" ريتا مخول

النظام البيئي لدعم الشركات الناشئة بالرغم من تواجد مبادرة مصرف لبنان 331 الا ان لبنان يعاني من ضعف في البنية التحتية للانترنت، الروتين الاداراي، عدم وجود اعفاءات ضريبية عند بداية انشاء الشركات الناشئة، التي تعامل كأنها شركة عادية، "لا ينظر الى اهمية عامل الوقت في تأسيس الشركة التي ممكن ان يستغرق مدة طويلة".

ثالثا: التحديات التي تواجه الشركات الاعلامية الناشئة

ان وظيفة ريادة الاعمال في مجال الاعلام ترتكزعلى تحقيق التنوع لخدمة المجتمع مما ينعكس ازدهارا في مجالات خدمة المجتمع في ظل مناخ يتسم بالحرية المهنية والحرفية. هذا الامر يتطلب احداث ابداع وتغيير في هيكل سوق العمل اضافة الى اطلاق منتجات جديدة ومبتكرة تغير مجرى السوق وتنهض به.

والواقع أن معظم التحديات التي تواجه الشركات الاعلامية الناشئة هي تحديات تواجه الشركات الناشئة بشكل عام، اذ ان 50 % من رواد الاعمال في لبنان ليس لديهم مستشارين يساعدونهم في تطوير خطة عملهم ويربطونهم بشبكات اتصال متعددة (مستثمرون، خبراء، روابط مع شركات داعمة وincubators) ... وهذا يؤثر أولاً على مصادر الدعم، وهو ما يلقي الضوء على الهوة في النظام البيئي للشركات الناشئة في لبنان.

ان التحديات مرتبطة بعوامل داخلية وعوامل خارجية وعلى اصحاب المؤسسات الناشئة التكيف معهاوهي مرتبطة بعدة عوامل، ابرزها:

- عدم استقرار الدخل المادي مما يولد حالة من الخوف تعيق عملية الابتكار.
- ساعات عمل طويلة وجهد مكثف ومسؤولية كاملة على عاتقه، وهذا ما يشكل مخاطرة كبيرة للذين يفضلون الامن الوظيفي.
- وجود منافسة تتعدى الاسواق المحلية منها الى العربية والعالمية.
- عدم استقرار اقتصادي وسياسي داخليا وعالميا.
- نقص الخبرة في سوق العمل اضافة الى ضعف الخبرة الفنية والافتقار الى استراتيجيات تحاكي الابتكار وآليات مواجهة المخاطر.

وتختلف العقبات لتوسيع عمل الشركات الاعلامية الناشئة في لبنان بحسب دراسة Wamda – Country Insights، فالعقبات لتوليد ربح مادي 31%، بناء فريق عمل 29%، توسيع العمل في دول جديدة 22%، إيجاد شريك لتوسيع العمل لما وراء الحدود الوطنية 47%، وكلفة التوسع 44%.

ومن خلال المقابلات، يتبين ان العقبات للحصول على أموال للاستثمار تكمن في انهناك حاجة للحصول على الأموال بكمية اكبر وتحسين الموارد لدى المستثمرين. اما العقبات لبناء فريق عمل فتتلخص فيتوظيف فريق عمل مبدع، اكتشاف مواهب، دفع الرواتب، والاحتفاظ بالمواهب.كذلك، هناك عقبات في الحصول على ايرادات بسبب سوء تسويق المنتج او الخدمة، الوصول الى الجمهور ومدى تفاعله مع المنتج، وتحصيل الأموال بعد بيع المنتج اوالخدمة الاعلامية.

ان الملاحظات الاولى على التحديات والعقبات التي اوردها القائمون على المؤسسات الناشئة تبرز بوضوح عدم فهم للمعطيات التي تتحكم بهياكل الاسواق الاعلامية التي تتحرك فيها هذه المؤسسات والتي تتطاب احصاءات لعدد المستفيدين المحتملين والشركات المماثلة في الاسواق والتفريق بين المنتجات المعروضة في الاسواق اضافة الى معرفة هيكلة التكلفة بالسوق.
ان القاعدة النظرية التي يمكن الركون اليها لفهم العلاقة بين الانفاق الاستهلاكي على المنتجات والخدمة الاعلامية تستند الى نظرية الثبات النسبي، التي تقوم على سن ضوابط وقواعد تفسر وتحلل الاداء الاعلامي في هذا المجتمع او ذاك انطلاقا من مفهوم الاعلام الاقتصادي.

1- مشكلات المحتوى

ان غاية الريادة في مجال الاعلام هي تحقيق التنوع لخدمة المجتمع في ظل مناخ يتسم بالحرية المهنية والحرفية، وهذا ما يتطلب احداث ابداع وتغيير في هيكل سوق العمل اضافة الى اطلاق منتجات جديدة ومبتكرة تغير مجرى السوق و تنهض به .
وفي مراجعة للمضامين التي تحكم عمل المؤسسات الاعلامية الناشئة يتبين انه من التحديات الاساسية التي تواجه الشركات الاعلامية الناشئة ايجاد فارق نوعي في المحتوى بينها وبين المؤسسات الاعلامية القائمة وهذا ما يطرح ايضا غيابا للمناهج التنافسية لادارة المحتوى لدى هذه الشركات.
ان جودة المحتوى الاعلامي هي المعيار الاساسي للاستهلاك ضمن علاقة تماثلية حيث يرتفع الطلب مع الجودة و ينخفض اذا فقدت خصائصها. وتقاس هذه الجودة عبر ثلاثة معايير:

- معيار القيمة المرتبطة بالمحتوى نفسه كقيمة فنية وثقافية ومجتمعية.
- المعيار الوظيفي المرتبط باهداف محددة.
- المعيار الذاتي المرتبط بالمستهلك والذي يعتبر الحكم الوحيد للمحتوى الاعلامي.

فالمستهلك للمادة الاعلاميه يبحث عن القيمة المضافة التي تحملها المعلومة لحل مشكلة او تجاوز حاجز ام اتخاذ قرار او اشباع حبه للاطلاع. اي اشعاره بانه يكسب الوقت للاستفادة. كما ان الميل لدفع ثمن المحتوى بشكل عام منخفض جدا في الاسواق الاعلامية المحلية على عكس الاسواق العالمية الاخرى.

اضافة الى ذلك، فان النموالمتزايد للمنصات الاعلامية جعل القائمين عليها يدركون اهمية التنوع اللغوي على واجهاتها وصفحاتها والذي يعتبر حقا من حقوق اي مستخدم في استعمال اللغة التي يرغب بها في الفضاء الافتراضي.

2- مشكلات اللغة

ان مشكلات المحتوى ترتبط ارتباطا وثيقا باللغة. و يشكل مستخدمو الانترنت العرب القطاع اللغوي الاسرع نموا في العالم، الا ان هناك فجوة كبيرة بين عدد المواقع العربية وعدد المستخدمين الناطقين بالعربية حتى في معظم الدول حيث الاغلبية ناطقة بالعربية مثل مصر،فان ثلث المواقع فيها لا تنتج محليا وهي غير ناطقة بالعربية.

ويعتبرflorian coulmas (اللغة والاقتصاد،عالم المعرفة، ص22) انه للتمكن من الاستثمار في اللغة، لا بد من عوامل اجتماعية تساعد على هذا الاستثمار منها: انتشار اللغة والهجرة الكثيفة والتخطيط اللغوي وحركة النقل والتجارة. وهذه العوامل يقل عملها اذا تفاعلت بشكل مستقل والدليل على ذلك ان انتشار اللغة وفق ظروف و تطورات اقتصادية يحقق تغييرا في اوضاع الاقتصاد التي تجبر المجتمعات على ان تعدل في مخزونها اللغوي وانماط اتصالها.
ان احد ابرز العوائق التي تواجه المؤسسات الناشئة تتمحور حول عدم النظر الى اللغةمن جانب اقتصادي. وبالتالي يمكن تلخيص العقبات بغياب المستشارين والحوار وبناء علاقات مع مستثمرين، مدى القدرة في الحصول على مردود مادي للشركات الناشئة. وكيفية تحويل المحتوى الذي تقدمه الشركات الاعلامية الناشئة الى محتوى جذاب للجمهور، واستخدام استراتيجيات سليمة في مجال المبيعات والتسويق.[9]

رابعا- الاعلام والابتكار في الجامعات اللبنانية

مع تزايد الاهتمام بثقافة ومهارات ريادة الاعمال ، اصبح مفهوم الجامعة الرائدة من المفاهيم الواضحة في مجال التعليم من جهة، وفي مجال ريادة الاعمال من جهة اخرى تأكيدا على دور الجامعات في تحفيز الابداع وتنمية الرغبة والقدرة على الابتكار.
هذا الامر يتطلب من الجامعات تطوير الانظمة والبرامج التعليمية والتعاون مع بيئة الاعمال ومؤسسات المجتمع لتوليد ونقل وتوظيف المعرفة والتقنية لخدمة المشاريع الريادية.

[9] -Wamda Country Insights study

وهذا ما دفع الكثير من الجامعات العالمية الى تأسيس مركز لريادة الاعمال وتدريس مقرر علمي او اكثر له علاقة بريادة الاعمال، والعمل على تنمية رغبة وقدرة الطلاب للتوجه للعمل الحر وتأسيس مشاريعهم الخاصة، اضافة الى تعزيز اجراء البحوث العلمية والدراسات التطبيقية وتقديم الاستشارات وخدمات الارشاد والتوجيه الهادفة الى بلورة افكار الطلاب وتحويلها الى مشاريع منتجة.

وفي متابعة للجامعة اللبنانية الرسمية والجامعات الخاصة، وما اذا كانت هذه الجامعات توجه طلاب اختصاص الاعلام نحو الابتكار وريادة الاعمال، وامكانية انشاء شركات اعلامية ناشئة من خلال المناهج التعليمية، تبيّن ان كل الجامعات من دون استثناء لم تلحظ حتى اليوم اي مادة اكاديمية واضحة ومتخصصة في هذا المجال لطلاب الاجازة "الليسانس".
في المقابل، هناك جامعات بدأت فعليا بتحديث مناهجها بما يتناسب مع سوق العمل، لكن على مستوى شهادة الماجستير كما هي الحال في جامعة NDU، التي استحدثت منذ اربعة أعوام مادة تعليمية باسم "Entrepreneurship in Media".[10]

ويبدو أن الجامعة الاميركية اللبنانية "LAU" على هذا الطريق، اذ استحدثت مادة تعليمية جديدة باسم "Digital Innovation"، التي تركز على الابتكار في المجال الالكتروني، على ان تكون محصورة بطلاب شهادة الماجستير دون سواهم بدءا من الموسم الدراسي المقبل 2018-2019.[11]
وحال الجامعة الاميركية اللبنانية هي ذاتها لدى الجامعة الاميركية للعلوم والتكنولوجيا "AUST"، إذ تفكر الاخيرة في اعتماد مقررات خاصة بالابتكار وريادة الاعمال في قسم الاعلام خلال الفترة المقبلة، علما أنها لا تلحظ حتى اليوم أي مقررات في هذا المجال.[12]

وهناك جامعات أخرى لم تغفل عن الاختصاص بشكل تام، اذ اكتفت بالتطرق إليه ضمن مقررات بتسميات اخرى، فيكون الاختصاص محور واحد من محاور عديدة ضمن المقرر الواحد، كما في الجامعة الاميركية في بيروت. فالابتكار يأتي مثلا ضمن اختصاص يتم تدريسه باسم "Communication and Development"، وكذلك الأمر بالنسبة لريادة الاعمال ضمن اختصاص بتسمية " Interpress Communication".[13]

[10]- مقابلة خاصة مع الدكتورة ماريا ابو زيد منقسم الاعلام جامعة "NDU"
[11]- مقابلة مع الدكتور جاد ملكيمن قسم الاعلام في جامعة "LAU"
[12]- مقابلة مع الدكتور جورج فرحة من قسم الاعلام في جامعة "AUST"
[13]- مقابلة مع الدكتورنبيل دجاني من قسم الاعلامفي جامعة "AUB"

لا توجد في جامعة الجنان مقررات بتسميات الابتكار الاعلامي او ريادة الاعمال، غير أن الجامعة تقوم بندوات مستمرة بين كليتي الاعلام وادارة الاعمال في هذا الصدد، وهي تتطلع لتعديل منهجها التعليمي في كلية الاعلام بما يتناسب مع سوق العمل.[14]
وحتى اليوم، لا يلحظ قسم الاعلام في الجامعة اللبنانية الدولية أي مقررات مختصة بريادة الاعمال او الابتكار، واذا ما كان يتم التطرق إلى هذه الموضوعين، فإنه ينطوي تحت مقررات اخرى وبتسميات مختلفة مثل "Web Journalism".[15]
في المقابل، لا تفكر جامعة بيروت العربية في تدريس هكذا مقررات لطلاب قسم الاعلام، على اعتبار ان لكل اختصاص فلسفته الخاصة.[16]

اما بالنسبة للجامعة اللبنانية الرسمية، ليست هناك مقررات تعطى لطلاب كلية الاعلام في مجال ريادة الاعمال بشكل مباشر، الا ان الطلاب على مستوى الاجازة مدعوون الى تقديم مشروع تخرج يمكن ان يكون على شكل مجلة او جريدة او موقع اعلامي حيث يتم العمل ضمن فريق (مجموعة طلاب لا تتعدى الخمسة)، وبالتالي يمكن لهذا المشروع ان يشكل نموذجا لمؤسسة اعلامية اذا توفر الاستثمار اللازم ووسائل الدعم من المؤسسات اورجال الاعمال الذين يودون الاستمار في هذا المجال. اضافة الى ذلك يتم تدريس مقرر ادارة المؤسسات الاعلامية واقتصادها، كما تم استحداث اجازة لعلم البيانات (data science) والتي من شأنها تشجيع المشروعات الريادية التي تهدف الى الاستثمار في المعلومات والبيانات.
اما على مستوى الماستر فقد تم استحداث برنامج للاعلام الرقمي حيث يتعلم الطلاب مهارات الابتكار(digital innovation) كما تم تطوير البرامج وادخال التقنيات على المناهج.[17]

خامسا- المهارات الأساسية لإنشاء نموذج أعمال جديد للإعلام

لكل اقتصاد نماذجه المتميزة، وهذا ما ينطبق على الاقتصاد الصناعي كما ينطبق على الاقتصاد الرقمي. فنموذج الاعمال هو التصميم الاستراتيجي لكيفية سعي الشركة او المؤسسة لتحقيق الربح من استراتيجياتها وعملياتها ونشاطاتها. كما ان نموذج الاعمال هو طريقة جديدة او محسنة لقيام الشركة بالاعمال بما يحقق لها ميزة في السوق، او تحسين ميزتها الحالية وبالتالي حصتها في السوق.

والواقع يظهر ان الاسواق الاعلامية اصبحت اكثر تعقيدا من قبل، وهذا ما يتجسد في التحديات التي تواجهها المؤسسات بفضل ازدياد المنافسين، وبفضل معاناتها لانتاج خدمات ومنتوجات مضاعفة. لذا فان اي نموذج اعمال جديد يجب ان يأخذ بعين الاعتبار ان التكنولوجيا اصبحت تشكل الميزة التنافسية في مجال

[14]-مقابلة مع معاون العميد الدكتورفي جامعة "الجنان" مصطفى مدبولي
[15]-مقابلة مع مدير قسم الاعلام جامعة "LIU" في البقاع الدكتور أسعد صدقة
[16]- مقابلة مع رئيس قسم الاعلام في جامعة بيروت العربية الدكتورجمال مجاهد
[17]- مقابلة مع الاستاذ في كلية الاعلام-الجامعة اللبنانية د. علي رمال

الابداع الاعلامي، فلم تعد وظيفة التكنولوجيا تخفيض التكاليف فقط،بل يتعدى دورها الى مساعدة المؤسسة (من حيث مواصفات المنتج والخدمة والسعر والجودة) على البقاء والنموفي البيئة التنافسيةالمحلية والدولية.

اضافة الى ذلك فان اي نموذج اعمال جديد للاعلام يجب ان يرتكز الى فعالية الشبكات. فتكنولوجيا المعلومات وانظمة الاتصالات تشكل اليوم تأثيرا مباشرا على سلوك المستهلكين،ذلك ان التأثير التقليدي للشبكات يعتمد على ان المستهلك لمنتج معين يتأثر بسلوك مستهلكين اخرين. وقد ضاعفت الشبكات الحديثة هذا التأثير حيث وفرت محركات البحث وادلة المواقع والادوات اللازمة للتفاعل الجماعي. وفي مطلق الاحوال فان اي نموذج اعمال يرتبط مباشرة بالمنفعة على اعتبار ان تأثير الشبكات يعتمد على قيمة المنفعة او الخدمة مقابل عدد المستهلكين.

في المحصلة، ان اي نموذج اعمال يجب ان يرتكز الى خمسة اتجاهات حاسمة تساهم حاليا في تغيير البيئة الاعلامية وفي دفع المؤسسات الاعلامية الى تغيير افكارها واساليب عملها وهي:
وفرة وغزارة الوسائل والمواقع والمنصات الاعلامية، تفتيت متزايد لشريحة الجمهور،تطوير ملفات استثمارية خاصة للمنتجات الاعلاميةبهدف تقليص المخاطر، وجود اقتصادات ذات حجم ونطاق، تقلص قوى وسائل الاعلام التقليدية وانتقال القوى في عملية التواصل .
الى ذلك يشكل مفهوم الدمج بين قطاعات الاتصال والحوسبة والاعلام منطلقا لبناء نموذج الاعمال اضافة الى نموذج ديديه لومبارد Didier Lombard (2008)، الذي يتألف من اربعة طبقات ، كل طبقة تتضمن قطاعا يمتلك وظيفة اقتصادية محددة :
الطبقة الاولى: تشمل شركات انتاج عناصر الشبكة ومتمماتها والبرامج والمعدات التقنية.
الطبقة الثانية: تشمل مشغلي ومقدمي خدمات الشبكات.
الطبقة الثالثة: تشمل منصات محركت البحث (مواقع الكترونية للتسويق).
الطبقة الرابعة: تشمل المنصات التي تتضمن المؤسسات الاعلامية ومنتجي المحتوى والمستخدمين.

وقد تداخلت هذه الطبقات فيما بينها كنتيجة اساسية للدخول في العصر الرقمي واشتد التنافس بين الفاعلين الاساسيين مما زاد العرض في خدمات القيمة المضافة. لذا نجد من الصعوبة ان تبدأ الشركات الاعلامية الناشئة أولا وقبل كل شيء، تحويل الفكرة إلى شركة مربحة وقابلة للحياة قبل الاخذ بهذه المتغيرات ووضع استراتيجيات للتعامل معها .

ونرى انه من خلال معدل فشل المشاريع الإخبارية التي تم إطلاقها كمؤشر على ان هناك صعوبة في ان يتم بناء مؤسسات إخبارية محلية مستدامة يمكن أن توفر فائدة اجتماعية إيجابية وملء الفجوة التي ظهرت في التغطية الإخبارية المحلية. اذ لا تزال هناك العديد من التحديات التي تواجه إطلاق وإدارة المواقع الاخبارية المحلية وتطويرها، اهمها عدم وجود مهارات اساسية لإنشاء نموذج اعمال اعلامي ناجح مع

عدم اهتمام المؤسسات الاعلامية الناشئة بالتعاقد مع وكالات اعلان وتسويق، او وجود استراتيجية إعلانية للشركات الاعلامية الناشئة. اضافة الى حاجة الصحافيين في تقديم محتوى مبتكر وتفاعلي للجمهور، فضلا عن الحاجة الى ايجاد مزيج يدمج إستراتيجية المحتوى مع إستراتيجية الإيرادات في الشركات الاعلامية الناجحة.[18]

- **مبادرة "Beirut Editors Lab"**

بسبب غياب الافكار المقدمة للمسرعين والصناديق الاستثمارية حول شركات اعلامية ناشئة، بالرغم من وجود الكثير من الصحافيين اللبنانيين الذين لديهم قدرات عالية ومهارات مهمة. اطلقت flat6 lab بالشراكة مع GEN (Globel Editors Network) مبادرة "Beirut Editors Lab" من اجل تشجيع الصحافيين على انتاج افكار جديدة ومبدعة تصلح لتأسيس شركات اعلامية ناشئة ونموذج اعمال ناجح بمشاركة 8 فرق مكونة من صحافيين ومطورين في النشاط. ويعترف فوزي رحال المدير الاداري لـ flat6 lab بأنه تفاجأ من كمية المحتوى الذي يمكن ان ينتجه الصحافي واحد خلال يومين بالتعاون مع مطورين. ويلفت رحال الى حاجة هؤلاء الصحافيين الى خطوتين او ثلاثة من اجل انتاج نموذج اعمال اعلامي ناجح.[19]

سادسا: النظام البيئى لريادة الاعمال في لبنان

تتوزع المنظومة البيئية التي تؤلف اقتصاد المعرفة بين المنظومة المالية، المستثمرون، التنظيم القانوني والبنية التحتية.ويتم تشكيل النظام البيئي للشركات الناشئة من قبل الجمهور، وأنواع مختلفة من المنظمات في موقع (مادي أو افتراضي)، والتفاعل فيما بينها كنظام لإنشاء وتوسيع نطاق الشركات الناشئة الجديدة. ويمكن تقسيم هذه المنظمات إلى فئات مختلفة مثل الجامعات، منظمات التمويل، منظمات الدعم (الحاضنات، المسرعات، مساحات العمل المشتركة، إلخ)، منظمات الأبحاث، منظمات مزودي الخدمات (مثل الخدمات القانونية والمالية، إلخ) والشركات الكبيرة. تركز المنظمات المختلفة عادة على أجزاء محددة من وظيفة النظام البيئي. هناك العديد من نقاط القوة في النظام البيئي ابرزها دعم الحكومة اللبنانية من خلال وزارة الاتصالات التي اطلقت في العامين السابقين مبادرة MIC Ventures ، وهو صندوق استثماري للشركات الناشئة بقيمة 50 مليون دولار تدعمه Alfa و Touch. كما يحاول رئيس الوزراء سعد الحريري وفريق عمله الانخراط عن كثب مع مجتمع ريادة الاعمال والشركات الناشئة، والعمل على عدد من مبادرات للمساعدة في تحسين بيئة العمل والابتكار مع التركيز على الاستثمار والإصلاحات التنظيمية المطلوبة بشدة.[20]

---

[18]- A Roadmap for Digital Media Startups https://bit.ly/2JqZwSa

[19]- مقابلة مع فوزي رحال

[20]- الفقرة 12 من برنامج تيار المستقبل الانتخابي لإنتخابات 2018

1- المنظومة المالية

في المنظومة المالية يدخل مصرف لبنان وبقوة من خلال مبادرة 331 التي اطلقها المصرف في العام 2014، وفي مؤتمر "عرب نت" Arabnet السنوي في بيروت، في شهر آذار/مارس من العام 2017، أعلن حاكم مصرف لبنان رياض سلامة أنّ هذا القطاع ساهم بمليار دولار في الناتج المحلي في لبنان ووفّر آلاف فرص العمل، من دون إيضاح مصدر هذه الأرقام.[21]

أ- مبادرة 331

تعتمد الأسواق المتقدمة بشكل متزايد على اقتصاد المعرفة، حيث ترتفع نسبة إنتاج المعارف والمعلومات واستخدامها وتوزيعها من خلال الاعتماد في المقام الاول على رأس المال البشري الذي يعتبر أغنى موارد لبنان، مما يجعله مرشحا مثاليا للاقتصاد القائم على المعرفة. وتماشيا مع هذا الاتجاه اصدر مصرف لبنان التعميم رقم 331 لتشجيع البنوك اللبنانية على الاستثمار في رأس مال الشركات الناشئة والحاضنات والمسرعات والشركات الأخرى العاملة في اقتصاد المعرفة. وقد أتاح هذا المخطط المبتكر 700 مليون دولار أمريكي لدعم الإبداع والابتكار.وقد تم إطلاق هذه المبادرة منذ العام 2014، اذ خصصت حتى الآن اكثر من 200 مليون دولار أمريكي على شكل استثمارات تقوم بها المصارف اللبنانية الخاصة. وبعد ثلاث سنوات، يبدو أنّ البيئة الحاضنة لريادة الأعمال تتشكّل تدريجياً رغم بعض العثرات التي تواجهها.

اما الهدف الرئيسي من التعميم 331 هو تطوير النظام البيئي في لبنان عن طريق توفير البيئة والبنية التحتية المناسبة لدعم الطفرة في الابتكار وفرص العمل التي يتوقع أن يخلقها اقتصاد المعرفة المتنامي. ويتضمن التعميم تأمينات من مصرف لبنان للمصارف الخاصة، اذ في حال إفلاس الشركة الناشئة، سيسدد مصرف لبنان ما يصل إلى 70% من الاستثمار الذي وضعه المصرف التجاري في هذه الشركة (ولا يتحمل المصرف التجاري أكثر من 25% كخسارة). في البداية، كان يُسمح للمصارف بالمساهمة ضمن حدود 3% من أموالها الخاصة في الشركات الناشئة المحلية، سواء عبر صناديق تمويل أو بشكل مباشر - أي ما يقدّر بـ400 مليون دولار. ولكن في التعميم الوسيط (التعديل) رقم 419 الذي صدر في نيسان/أبريل 2016، رفع مصرف لبنان نسبة مجموع مساهمات المصارف في الشركات الناشئة إلى 4%، ما يرفع المبالغ المحتملة المخصّصة للاستثمار إلى 600 مليون دولار.
جُمع حتى الآن بين 300 و320 مليون دولار، استُثمر نصفها تقريباً في أكثر من 40 شركة ناشئة. وساهم تدفق المال في زيادة إنشاء صناديق استثمار مخاطر تغطي مختلف مستويات التمويل (تأسيسي، في مرحلة النمو، جولة ثانية Series B)، بالإضافة إلى مسرعات أعمال جديدة ومساحات عمل مشتركة جديدة.

---

[21]- تعميم مصرف لبنان 331: ولادة قطاع–ومضة https://bit.ly/2LPO8hm

في هذه المرحلة يواجه رواد الأعمال خيارهم الأصعب: الاستغناء عن جزء من حصتهم في الشركة لمصلحة التمويل، إذ قد تصل حصة الشركة الممولة الى 35% من الأسهم الإجمالية، وفق ما تصرح بعض الشركات، علماً بأن هناك الكثير من الشركات التي لا تصرح عن حصتها من الشركة مقابل التمويل. كذلك لا بد من التذكير بأن التعميم 331 سمح للمصارف بأن تمتلك 80% من أسهم الشركة الناشئة. ولا بد من التذكير أيضاً بأنه في وقت سابق تخلى رواد الأعمال عن جزء من حصصهم لمصلحة مسرعات الأعمال التي تشكلها هذه الشركات التي تدير الصناديق الاستثمارية مثل speed، ما يجعل حصة هذه الشركات الفعلية في الشركات الناشئة أكبر من المطروح في صفقة التمويل والاستثمار حصراً ويقلل حصة رواد الأعمال. [22]

ان التمويل الذي تم استثماره في الشركات الناشئة ادى الى انشاء الاستثمارات المشتركة التي تغطي جميع المراحل والمخاطر المتعلقة بتأسيس والاستثمار في الشركات الناشئة. من الستثمارات المشتركة التي أنجزت ايضا: استثمار صندوق "آزور فاند" Azure Fund و"شركاء المبادرات في الشرق الأوسط" MEVP في "واشد أند فاوند" Washed and Found، استثمار مشترك من "بيريتك" Berytech و"شركاء المبادرات في الشرق الأوسط" في كلّ من "سكريبتر" Scriptr و"موبي نتس" Mobinets، واستثمار مشترك من "شركاء المبادرات في الشرق الأوسط" و"ليب فينتشرز" LEAP Ventures في "بوكويتي" Bookwitty عدة مرات.[23]

ب- الحاضنات والمسرعات والصناديق الاستثمارية

تقدم مسرعات الأعمال وحاضنات الأعمال برامج تعليمية وتدريبية لرواد الأعمال، وبالتالي فإن الاختلاف بينهما يتركز في النموذج الذي يتم فيه تقديم هذه البرامج. تقدم مسرعات الأعمال برامج تعليمية محدودة ومكثفة ضمن فترة تمتد من 3 إلى 6 أشهر، وتأخذ المسرعات حصصاً من الشركات الناشئة مقابل خدماتها تتراوح بين 6 و15٪. مع انتهاء البرنامج، تضع مسرعة الأعمال رواد الأعمال أمام لائحة من المستثمرين. تقوم حاضنات الأعمال بعمل مشابه، إنما بنموذج أعمال غير ربحي مخصص للنمو البطيء والتدريجي، بحيث لا تؤخذ حصة من الشركة الناشئة إنما يتم تدريب رواد الأعمال ضمن برنامج أبطأ من المسرعات لوقت أطول يمتد من سنة ونصف سنة الى ٣ سنوات، ويتم تغطية كلفة التدريب إما من خلال تمويل أو من رواد الأعمال الذين يسددون كلفة البرنامج. الاختلاط في الأدوار الذي يحصل يمكن أن تشكل UKLeb Tech Hubنموذجاً واضحاً عنه فهي مسرعة أعمال عالمية لا تبغي الربح، أي لا تأخذ حصة من الشركات لكنها سميت مسرعة أعمال لأنها تعلم رواد الأعمال كيفية الدخول الى الأسواق الخارجية وهذا يحصل عندما تكون الشركة قد أنشأت وبات لديها نموذج أعمال، أي في مراحل متقدمة[24].

---

[22]- خريطة طريق إلى "ريادة الأعمال" في لبنان- جريدة الاخبار https://bit.ly/2J98OyS
[23]- تعميم مصرف لبنان 331: ولادة قطاع–ومضة https://bit.ly/2LPO8hm
[24]- خريطة طريق إلى "ريادة الأعمال" في لبنان- جريدة الاخبار https://bit.ly/2J98OyS

كما انه يوجد في لبنان نحو 11 شركة لديها صناديق استثمارية تشكل الممول الأساسي لرواد الأعمال. تعد Berytech و MIDDLE EAST VENTURE PARTNERS (MEVP) من أبرز الشركات الناشطة في لبنان في إدارة الصناديق الاستثمارية .

- **MEVP**

هي شركة تركز على الاستثمار في المراحل المبكرة ومراحل نمو الشركات الناشئة وتدير حالياً 4 صناديق استثمارية، واحد منها "IMPACT" الذي أطلق عام 2014 وهو مخصص حصراً للبنان بقيمة 70 مليون دولار ويستهدف شركات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وقطاعات الإبداع. تركز الشركة على الاستثمار في مجال الخدمات الاستهلاكية، التقنيات، المنتجات الاستهلاكية. يقول وليد حنا، أحد مؤسسي الشركة، إنه على صعيد المنطقة "تمكنت الشركة من جمع 120 مليون دولار لاستثمارها في شركات ناشئة، وقد استثمر منها حتى اليوم 80 مليون دولار، منها 60 مليون دولار في لبنان، فيما تتوزع الـ 20 مليون دولار المتبقية بين دبي وعمان والقاهرة وغيرها من الدول". بالمبالغ المستثمرة دعمت الشركة 38 شركة ناشئة، منها 25 شركة لبنانية. يقول حنا إن "أكثر من 90% من هذه الشركات تعد اليوم ناجحة ونطمح الى أن نتمكن من أن نحصل في السنة المقبلة على ما بين 50 و80 مليون دولار للمنطقة ككل لاستثمارها في الشركات."

- **Berytech**

هي شركة تقدم مختلف الخدمات ومنها إدارة الصناديق الاستثمارية. قامت الشركة بـ"أول تمويل للاستثمارات في لبنان والمنطقة" عام 2008، وفق نائب المدير العام رامي أبو جودة، ضمن صندوق Berytech fund 1 بقيمة 6 ملايين دولار تم استثمارها في 15 شركة. عام 2015 جمعت الشركة التمويل الثاني Berytechfund 2 من خلال تعميم مصرف لبنان ومولت هذا الصندوق أبرز المصارف في لبنان (19 مصرفاً ومؤسسة مالية مثل بلوم بنك، عوده، بنك مد، بنك بيروت، فرنسبنك) بهدف دعم الشركات اللبنانية الناشئة.[25]

---

[25]- خريطة طريق إلى "ريادة الأعمال" في لبنان- جريدة الاخبار https://bit.ly/2J98OyS

- **ومضة**

تقوم "ومضة" بتسريع النظم البيئية للمشروعات في جميع أنحاء منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا من خلال الانضمام إلى "وامضة كابيتال" ، وتتضمن صناديق رأس مال استثماري نشيطة في تبني المبادرات لشركات ناشئة، والتي تستثمر في التكنولوجيا عالية النمو أو الشركات الناشئة الموفرة للتكنولوجيا في جميع أنحاء منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا ومنها لبنان، ومنصة "ومضة"، منصة تتناول وسائل الإعلام ، وتنمية المجتمع، والبحوث، والخدمات الاستشارية للشركات والحكومات لمختلف أصحاب المصلحة في النظام البيئي للشركات الناشئة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

تعمل ومضة في مجالين رئيسيين، منصة وصندوق .على جانب المنصة ، تدير منصة إعلامية، وبرامج وفعاليات ومختبر أبحاث، وعدد من برامج تسريع الشركات تحت إشرافها . والصندوق عبارة عن صندوق متعدد الإستثمار، بما في ذلك Careem و yallacompare و bitOasis وما إلى ذلك. واستثمرت "ومضة" في شركات ناشئة في مجال الإعلام والترفيه ، ولا سيما خرابيش على المستوى العربي ومجموعة Step على المستوى اللبناني. [26]

- **"آلت سيتي"**

تعد "الت سيتي" المساحة التعاونية الجديدة في حقول الإعلام، التكنولوجيا، التأثير الاجتماعي وفُسحة دعم وتحفيز للشركات الناشئة في بيروت، وينفذ برنامج "آلت سيتي" بالتعاون مع مصرف لبنان وبنك الموارد، والمعروف باسم "مخيّم تدريبي للشركات الناشئة". اذ ربما عملت "الت سيتي"مع حوالي 15 شركة ناشئة أو ما شابه من وسائل الاعلام الناشئةعلى مدى السنوات الثماني الماضية، في برامج متعددة.
وواجهت هذه الشركات الاعلامية مجموعة من التحديات، لكن التحدي الرئيسي في العادة هو تفاعل الجمهور عدم القدرة على تطوير نموذج قوي للإيرادات المالية يسمح للمبادرة الإعلامية بالاستمرار والبقاء على قيد الحياة. كما ان هناك تحديات اخرى في المحتوى ، الأدوات ، الابتكار، نموذج الأعمال الناجح.[27]

- **Flat6 Lab**

"Flat 6 Labs" هي واحدة من تلك المؤسسات التي تسعى لدعم القطاع التكنولوجي وإقتصاد المعرفة في الدول العربية . ولان "Flat 6 Labs" أطلقت برنامجها في بيروت الذي يمتد لـ 5 سنوات، تشارك فيه

---

[26]- مقابلة خاصة مع ستيفاني نور مديرة التواصل والاعلام في ومضة
[27]- مقابلة خاصة مع ديفيد منير نبطي المدير التنفيذي في "آلت سيتي"

10 مصارف خاصة بقيمة 20 مليون دولار بدعم من مصرف لبنان ضمن جهود مصرف لبنان عبر تعميم 331. وتم تقديم الدعم لـ 18 شركة ناشئة والهدف يصل الى 100 شركة ناشئة.
تسعى "Flat 6 Labs " لتطوير ودعم إقتصاد المعرفة في السوق اللبنانية، والإستثمار فيه من أجل دفعه إلى الأمام، وتحويل الأفكار الموجودة لدى الشباب إلى حقيقة. وتمتلك الشركة صندوق إستثماري يسعى للجمع بين المرحلة الأولى في تأسيس الشركات الناشئة، والمرحلة التي تليها وهي مرحلة التوسع في السوق. لذلك تقدم تمويلا يبدأ من 50 ألف دولار أميركي ويصل إلى 500 ألف دولار. وهذا الحجم من الدعم لا يقدمه حاليا أي مسرّع أعمال في السوق اللبناني. [28]

يؤكد المدير الاداري لـ "Flat 6 Labs" في بيروت فوزي رحال ان هناك ندرة في الشركات الاعلامية الناشئة في لبنان والمنطقة العربية بشكل عام وهناك تحديات عدة تواجه شركات اعلامية ناشئة تكمن في عدم قدرتهم على الحصول على عائد مالي، اضافة الى نوع المضمون المقدم وبالتالي عدد القراء والابتكار المقدم والشركات المهتمة بالاعلان في هذه المنصة الاعلامية. ومن الاكثر تأثيرا كشركات اعلامية ناشئة Diwanee في لبنان التي تتمتع باحد اوسع الجماهير من فئة الاناث في الشرق الوسط، ينتجون محتوى موثوق ذات جودة عالية ويستهدفون منطقة الشرق الاوسط.

تتضمن Diwanee، 3a2ilati.com التي تعنى بالمرأة والطفل، صحة العائلة، الجمال، ووصفات متعددة، Yasmina.com تعنى بحياة المرأة اليومية، الجمال والموضة، وWikeez.com تعنى بالترفيه ويركز على اخبار المشاهير، الموسيقى، الافلام، والبرامج التلفزيونية. كما ينتج Diwanee بين 2-3 فيديو كل يوم لمجموعة من الرعاة وهو امر يعود عليهم بعائد مالي.
والمشكلة برأي رحال ان هناك ثقافة لا تهتم بإنتاج المحتوى ولا تحترم الملكية الفكرية وبالتالي لا يقتنع المستهلك بدفع مقابل محتوى معين، فلا يدفع القارئ 12 دولار شهريا من اجل قراءة النيويورك تايمز. [29]

- **Speed**

تعدّ "سبيد" speed احد المسرعات الكبرى في لبنان، اذ تمول هذه المؤسسة الشركات على دفعتين بالسنة وكل دفعة يمكن أن تصل إلى 20 شركة كحد اقصى. وحتى الان تم تمويل 15 شركة في كل دفعة. اما طريقة التقديم فتتم عبر الموقع الالكتروني. وتحصل الشركة الناشئة على 30000 دولار نقدا و30000 اخرى كمساعدات لوجستية. مقابل حصول speed على حصة 10٪ من الشركة.
وخلال عملها في السوق اللبناني لم تقدم لـ speed اي فكرة لشركة اعلامية ناشئة. ولكن هناك تطبيق قيد الإنطلاق قريباً Top-Click الذي يمكن لشركة الإعلام إستعماله وهو يضمن مضاعفة عدد المتابعين من

---

[28]- "Flat 6 Labs" .. وسيلة الشركات اللبنانية الناشئة للإنطلاق نحو العالمية- النشرة الاقتصادية https://bit.ly/2kHF1TA
[29]- مقابلة خاصة مع فوزي رحال

خلال تسويق على العديد من المواقع. ولا تأخذ speed قيمة نقدية عند تنزيل التطبيق ولكنهم يأخذون أتعاب من القيمة المنسوبة للتسويق.
بالإضافة إلى الابتكار والمضمون يرى القائمون على speed ان الشركة الاعلامية الناشئة عليها ان تقدم ملف شامل يحتوي على الريادة التكنولوجية، إدارة جيدة مع خطة جمع أموال واضحة. كما عليهم التحقق العرض والطلب.[30]

- **Berytech fund**

يعتبر الوصول الى التمويل من المسرع Berytech هي احدى المراحل الاخيرة في انشاء الشركات الناشئة، اذ ان Berytech احدى الصناديق الاستثمارية الكبيرة في لبنان. وتعامل هذا الصندوق مع الشركات الاعلامية الناشئة يعتبر نادرا لأن اغلب هذه الشركات لا تصل الى هذه المراحل من التطور بحسب بول شكرالله المدير التنفيذي لصندوق Berytech.

ويقول شكرالله ان Berytech لا تمول وسائل الإعلام التقليدية. وهناك العديد من الذين يقدمون ولكن يرفضون. في حين تم تمويل "أنوثة" وهي شركة إعلامية ناشئة خاصة بالنساء، "خلود" (تطبيق تأبين وأخبار وفيات)، وdeeply news وهو محدث للأخبار. واكثر التحديات التي تواجه الشركات الاعلامية الناشئة في لبنان بحسب شكرالله ان السوق اللبناني غير مربح، لذلك على الشركات الاعلامية التفكير على نطاق أوسع من هذا السوق.[31]

سابعا: الاطار القانوني للشركات الاعلامية الناشئة في لبنان

شهدت البيئة القانونية الحاضنة للشركات الناشئة في لبنان تطورا ملحوظا منذ العام 2011 مع صدور قانون الأسواق المالية رقم 161 الصادر في 2011/8/17 والذي انشأ مجلس هيئة الاسواق المالية برئاسة حاكم مصرف لبنان والمولج بحماية وتشجيع الاستثمار في الأسواق المالية.
وقد تلقت الشركات الناشئة دعما قويا في العام 2013 من مجلس هيئة الاسواق المالية تمثلت في قرار حشد التمويل Crowdfunding رقم 3 الصادر في 2013/6/11 والقرار وسيط رقم 11512 الصادر عن المجلس المركزي لمصرف لبنان في 2013/8/22 وقد عمد مصرف لبنان من خلالها الى وضع مخطط تمويلي رأسمالي لتطوير اقتصاد المعرفة اللبناني. وقد ظهرت أولى النتائج الملموسة في التعميم الوسيط رقم 331 الذي وضع 600 مليون دولار بتصرف مصارف وصناديق استثمار مخصصة للاستثمار في "إقتصاد المعرفة" بهدف خلق الوظائف والحد من هجرة الأدمغة.

[30]- مقابلة خاصة مع غراسيا سويدمديرة التسويق والاتصالات في speed
[31]- مقابلة خاصة مع بول شكرالله المدير التنفيذي في Berytech

ويترافق هذا الامر مع سعي حثيثلتوفير إطار تشريعي قانوني ملائم لتنمية الاستثمارات في هذا القطاع، اضافة الى تقديم الحوافز الضريبية والتمويلية للشركات الناشئة.
فما هو الإطار القانوني لتأسيس شركة ناشئة في لبنان، وما هي التحديات والعوائق الادارية والقانونية التي يواجهها مؤسسي هذه الشركات؟ وما هي الامور التي يجب تطويرها وتحديثها والتي من شأنها تشجيع الفئة الشبابية في لبنان لأن يبادروا الى إطلاق مشاريعهم الخاصة.

يعرض قانون التجارة في لبنان هيكليات قانونية عديدة لمؤسسي الشركات ليختاروا منها ما يناسب مشاريعهم. وتعتبر"الشركة المغفلة" أو ش.م. الهيكلية التي تناسب الشركات الناشئة. بالمقابل فان "الشركة المحدودة المسؤلية" ش.م.م. كانت لتتناسب أكثر لو كانت الأسهم المالية قابلة للتجارة في البورصة. لكن بما ان التعميم331 وضع شرطاً على الشركات الناشئة أن تكون ش.م، لكي تستفيد من تمويلها. سينحصر البحث في الإطار القانوني للشركات الـ ش.م. التي هي شركة محكومة بقانون التجارة بشكل خاص، وينطبق عليها قانون الموجبات والعقود كقانون عام بما لا يتعارض مع الأحكام الالزامية لقانون التجارة. سنذكر أهم النصوص القانونية المطبقة، مع التذكير أن هناك قوانين معينة تنطبق على الشركة إذا ارادت ممارسة بعض النشاطات مثل الخدمات المالية، والتأمين، والتمثيل التجاري، والإعلام، والعقارات، بالإضافة إلى اي نوع خدمات ذات طابع عام.[32]

- **رأس المال:**

لا يجوز ان يكون رأس مال الشركة المغفلة اقل من ثلاثين مليون ليرة لبنانية ويجب الاكتتاب به كاملا. (المادة 83 ق.ت.) كما ان الثمن الادنى للسهم او لجزء منه هو 1000 ل.ل.الف ليرة لبنانية كحد أدنى وعلى كل مكتتب ان يدفع نسبة 25% على الاقل من مجموع ثمن اسهمه. (المادة 84 ق.ت.)
لا يفرض قانون التجارة مدة زمنية لدفع كامل ثمن الاسهم ويكون صاحب السهم الذي لم يدفع كل ثمنه ملزم ان يلبي طلب الشركة عند الدعوة الى الدفع. اما الاسهم العينية يجب ان تكون مستوفاة القيمة تماما عند تأسيس الشركة.

- **المساهمات:**

المساهمات برأس المال ممكن أن تكون نقداً أو عيناً ويتوجب أن تكون الأسهم مسجلة على هذا الأساس. وعقد تأسيس الشركة يجب أن يتضمن الحقوق التفضيلية التي ستمنح للشركاء ذوي الأسهم التفضيلية.

---

[32]- مداخلة قانونية*للمحاميةنسرين* سلهب *المتخصصة* في انشاء*الشركات الناشئة*

- **النشاطات:**

مع مراعاة احكام القوانين والانظمة التي تخضع ممارسة بعض النشاطات لترخيص مسبق، لا يحتاج تأسيس الشركات المغفلة الى الترخيص من السلطات الادارية.يحق للـ ش.م. أن تمارس كل النشاطات التجارية، ولكن، كما ذكر في المقدمة بعض هذه النشاطات تنطبق عليها شروط وقوانين معينة يجب أن تلتزم بها الشركة المعنية.

- **المؤسسون والشركاء:**

يجب أن يكون عدد المؤسسين والشركاء ثلاثة على الاقل. ولا ينص قانون التجارة على قيود بما يخص جنسية الشركاء المساهمين، ولكن يوجب قانون التجارة ان تكون اكثرية اعضاء مجلس الادارة من الجنسية اللبنانية وأن يمتلك عضو مجلس الادارة أسهم في الشركة كضمانة لإدارته. كما أن هناك قوانين تتطلب نسبة معينة من اللبنانيين في مجلس الإدارة إن كانت الشركة تمارس نشاطات معينة.

- **المسؤولية:**

يسأل المؤسسون بالتضامن عن الالتزامات التي تعقد والنفقات التي تبذل لاجل تأسيس الشركة ولا يحق لهم ان يرجعوا بها على المكتتبين اذا لم تؤسس الشركة. كما ان مسؤولية المؤسسين تكون تضامنية ومطلقة، إذ يلتزمون بالتعويض عن الضرر الذي ينشأ عن بطلان الشركة أو أي خطأ في التأسيس.
عند تأسيس الشركة تنحصر مسؤولية الشركاء بنسبة مشاركتهم في رأس مال الشركة المغفلة ولا يكون الشريك المساهم مسؤولاً عن ديون الشركة إلاّ في حدود قيمة أسهمه. ولذلك لا يمكن مطالبته بما يزيد عن هذه القيمة مهما بلغت ديون الشركة تجاه الغير.

- **الإدارة:**

يقوم بادارة الشركة المغفلة مجلس ادارة يؤلف من ثلاثة اعضاء على الاقل واثني عشر على الاكثر.
مع الاحتفاظ بما قد تسنه شرعة خاصة ببعض الشركات المغفلة يجب ان يكون اكثرية اعضاء مجلس الادارة من الجنسية اللبنانية.ان جمعية المساهمين العمومية هي التي تنتخب اعضاء مجلس الادارة من الذين يملكون عدد حد ادنى من الاسهم يعينه نظام الشركة. ويجوز تعيين الاعضاء الاولين في نظام الشركة.
ويتم تعيين اعضاء مجلس الادارة لمدة ثلاث سنين كحد أقصى، إلا إذا تم تعيينهم بعقد التأسيس ويمكن أن تصل هذه المدة إلى خمس سنوات كحد أقصى بهذه الحالة. ويمكن تجديد انتخابهم وهم قابلون للعزل المجرد عن كل سببوكل نص مخالف لا يعتد به.

على مجلس الادارة ان يعين احد اعضائه للرئاسة ولمتابعة أعمال الشركة اليومية، ويكتسب قانونا صفة المدير العام للشركة المغفلة.
لكي تكون قرارات مجلس الادارة قانونية يجب ان يحضر الجلسة او ان يمثل فيها نصف الاعضاء على الاقل ولا يجوز ان يمثل العضو الا عضوا واحدا.

- **نقل الأسهم وزيادة رأس المال:**

يتم نقل ملكية الأسهم في الـ ش.م. بشكل مجاني، إلا إذا ذكرت شروط في عقد التأسيس مثل حق الرفض الأولي للمساهمين، و/أو موافقة المجلس على المشتري.
إن كانت الشركة تسعى إلى زيادة رأس المال، فالمساهمون يتمتعون بالأفضلية بالإشتراك نسبياً إلى أسهمهم في رأس المال في حال الجمعية العامة غير العادية المعقودة لزيادة رأس المال لم تنسب هذه الزيادة إلى بعض المساهمين فقط أو إلى غير المساهمين. في هذه الحالة يقدم طلب للسجل التجاري بتعيين خبير محكمة ويحرص ان لا تكون قرارات الجمعية العامة غير العادية مخالفة لحقوق المساهمين الموجودين.

- **متطلبات الرخص والتصاريح:**

إذا كان رئيس المجلس/المدير العام غير لبناني، عليه/ا أن يحصل على رخصة عمل أو إقامة، مما يمكن أن يتطلب منه/ا وأن يمتلك العدد الأدنى للأسهم في الـ ش.م.

- **الإحتياطي القانوني:**

على المدراء أن يخصصوا 10% من ارباحهم للإيداع الإحتياطي، إلى أن تبلغ قيمة هذا الإيداع ثلث رأسمال الشركة. ممكن أن يتوفر من مواد المؤسسة أو قرار من المساهمين لاضافات على الايداعات العامة أو الخاصة.

- **قرارات المساهمين:**

تجتمع الجمعية العامة العادية سنوياً للمراجعة والتدقيق في القوائم المالية وتسديد المبالغ المتوجبة للمدراء، وتوزيع الأرباح، وإنتخاب مدراء جدد عند إنتهاء مفوضيتهم، وتعيين المدققين. كما بامكانهم الإجتماع بأي وقت أخر عند الحاجة.
اما الجمعية العامة غير العادية فتجتمع لتعديل نظام الشركة ويختلف النصاب القانوني والأغلبية القانونية بين الجمعية العامة العادية وغير العادية.

- **الأطراف الثلاثة المقدمة للخدمات:**

على الشركة تعيين مدقق رئيسي يتجدد تعيينه سنوياً ومحام مع مقدم أتعاب سنوي. عليها أيضاً تعيين مدقق إضافي محدد في السجل التجاري.

- **الضرائب:**

الـ ش.م. تخضع إلى ضريبة 17٪ و الأرباح الموزعة خاضعة إلى ضريبة مستقطعة 10٪.

- **اجراءات انشاء الـ ش.م:**

مع مراعاة احكام القوانين والانظمة التي تخضع ممارسة بعض النشاطات لترخيص مسبق، لا يحتاج تأسيس الشركات المغفلة الى الترخيص من السلطات الادارية.

يوقع المؤسسون (ثلاثة اشخاص على الأقل) على عقد تأسيس الشركة أمام كاتب العدل (شخصيًا أو بالوكالة). ويدفع المكتتبون المساهمون (ثلاثة على الأقل) رأس المال في البنك وفقا لحصة كل منهم من الاسهم، الذي يمنح شهادة صادرة عن المصرف تفيد بدفع المبلغ. ثم يجتمعون بصفة جمعية تأسيسية لمراجعة وإعلان القوانين الأساسية للشركة وتعيين أعضاء المجلس الإدارة الأول (إلا إذا تم تعيينهم في مواد المؤسسة) وتعين ايضا مفوضي المراقبة الاولين. وتصبح الشركة مؤسسة منذ قبولهم. ويجب على اولئك الاعضاء والمفوضين ان يتحققوا ان الشركة اسست على الوجه القانوني وهم مسؤولون بالتضامن عن ذلك.

يجتمع المجلس المنتخب فوراً لإنتخاب الرئيس/المدير العام. و تحت طلب وتوصية من رئيس المجلس، يتم تعيين نائب المدير العام. بعد تأسيس الشركة يجب على اعضاء مجلس الادارة ان يجروا المعاملات الاولية المختصة بالنشر والايداع لدى قلم المحكمة والتسجيل في سجل التجارة المفروضة على جميع الشركات. واستصدار شهادة تسجيل واذاعة تجارية تحمل تواقيع المفوضين بالتوقيع عن الشركة يمكن تعميمها عند الحاجة ويصبح بإمكان المفوض بالتوقيع سحب رأس المال من حساب الاكتتاب لدى المصرف. على الشركة أن تتسجل في وزارة المالية خلال أول شهرين من تاريخ تسجيلها.

ثامنا: الاطار القانوني لشركات الاعلام

1-مؤسسات الصحافة المطبوعة

وفقا لقانون المطبوعات اللبناني يحق لأي شخص طبيعي من الجنسية اللبنانية او شركة تجارية مسجلة اصولا في السجل التجاري او جمعية لديها بيان علم وخبر بالتاسيس ان يطلبوا من وزير الاعلام الترخيص لهم بإصدار مطبوعة صحفية ورقية بعد استشارة نقابة الصحافة. ولم يوجب القانون تأسيس شركة صحافية للحصول على الترخيص بإصدا مطبوعة صحفية الا اذا كان الترخيص المطلوب من فئة "مطبوعة صحيفة سياسية"، عندها اوجب القانون اما ان يكون طالب الرخصة صحافيا ينتمي الى نقابة المحررين او شركة صحافية تتخذ اما شكل شركة الاشخاص او المحدودة المسؤولية او شركة التوصية المساهمة او الشركة المغفلة مشترطا ان يكون كامل الشركاء من الجنسية اللبنانية. كما انه لا يمكن اصدار الصحيفة قبل تقديم ضمانة نقدية او مصرفية تضمن ما قد يترتب عن نشاط المؤسسة الصحافية من تعويضات مختلفة وتقدر قيمة هذه الضمانة بقرار من وزير الاعلام بعد اشارة نقابة الصحافة.

2- مؤسسات الاعلام التلفزيوني والاذاعي

يخضع تأسيس مؤسسات الإعلام التلفزيوني والاذاعي داخل الأراضي اللبنانية أو في مياهها الإقليمية لترخيص مسبق يمنح بمرسوم يتخذ في مجلس الوزراء بعد استشارة المجلس الوطني للإعلام المرئي والمسموع. ويوجب القانون على الجهة طالبة الترخيص ان تكون شركة مغفلة لبنانية صرف خالية من العناصر الاجنبية سواء في الادارة او جمعية المساهمين. ولا يحق للشريك في الشركة بصورة مباشرة اوغير مباشرة بواسطة الزوجة او الاصول والفروع القاصرين ملكية اكثر من 10% من مجموع الاسهم. وتكون جميع الاسهم اسمية. ولا يحق للشركة المغفلة ان تمتلك اكثر من مؤسسة تلفزيونية واحدة ومؤسسة اذاعية واحدة.

وتصنف المؤسسات التلفزيونية والاذاعية الى فئات على الشكل التالي: فئة يرخص لها ببث جميع البرامج بما فيها الاخبار والبرامج السياسية، فئة تبث البرامج العامة بإستثناء الاخبار والبرامج السياسية، فئة تعتمد البث المرمز بحيث لا يمكن متابعة برامجها الا من خلال المشتركين في الخدمة وفئة المؤسسات الاعلامية التي تعتمد اساليب البث بواسطة السواتل الصناعية ويتعدى نطاق بثها الاراضي اللبنانية.
وتراعى في إعطاء الترخيص لمؤسسات الإعلام التلفزيوني والاذاعي التزام هذه المؤسسات بأحكام القانون ودفتر الشروط النموذجي المحدد لكل فئة منها، اضافة الى الإمكانات والموارد البشرية والمواصفات التقنية والفنية المتوفرة وقدرة المؤسسة على تأمين نفقات وشروط ومستلزمات العمل.

وتخضع المؤسسات الاعلامية المرخصة لموجب دفع رسم ترخيص وبدل ايجار سنوي يصل في حده الاعلى الى 250 مليون ليرة لبنانية بالنسبة للمؤسسات التلفزيونية التي تبث البرامج السياسية والاخبار.
وقد رخصت الحكومة اللبنانية لسبع قنوات تلفزيونية لبنانية وعشرات المحطات الاذاعية. فقطاع البث التلزيوني في لبنان شهد تراجعا ملحوظا في السنوات الاخيرة نتيجة للكلفة العالية لتشغيل المؤسسات التلفزيونية وانخفاض عائدات السوق الاعلانية في لبنان التي تكاد لا تكفي لسد مصاريف مؤسسة تلفزيونية واحدة. فضلا عن تخلف لبنان عن تنفيذ التزاماته الدولية تطبيقاً لاتفاقية جنيف للعام 2006 لناحية اعتماد تقنية البث الرقمي الارضي في منتصف العام 2015 والتي من شأن تنفيذها تأمين موارد ونطاقات بث رقمية جديدة من شأنها ان تحفّز شركات ناشئة جديدة على الاستثمار في قطاع الاعلام التلفزيوني وتقديم نماذج جديدة ومبتكرة في هذا القطاع.

3- مؤسسات الاعلام الالكتروني

فرض انتشار الانترنت وتطور تقنيات التواصل عبر المنصات الرقمية المختلفة واقعا جديدا في اسلوب الوصول الى المعلومات وتداولها ونشرها. فصناعة الخبر وتداوله لم يعد حكرا على المؤسسات الصحافية التقليدية، وانما واقعا تشاركيا يساهم فيه كل افراد المجتمع مع انتشار الهواتف الذكية والانترنت ومنصات التواصل المتاحة للجميع.
خلق هذا الواقع الجديد تحديات جمة للمؤسسات الاعلامية التقليدية واهمها تحول قسم كبير من عائدات السوق الاعلانية الى الشركات الرقمية العملاقة، وتحول قسم كبير من مشاهدي وقراء وسائل الاعلام التقليدية الى الاستهلاك الرقمي مستفيدين من خصائص البث الرقمي الذي يتيح استهلاك المعلومات غب الطلب ووفقا لمعايير شخصية وفردية وليس املائية وفقا لرغبات صاحب المؤسسة الاعلامية.

حتى اعداد هذه الدراسة لا يوجد في لبنان اطار قانوني للمؤسسات الاعلامية التي اعتمدت تقنيات التواصل الرقمية عبر الانترنت للوصول الى متابيعها، او للمواقع والمنصات الالكترونية التي تقدم نفسها على انها مؤسسات صحافة الكترونية. وانما اخذ المجلس الوطني للإعلام المرئي والمسموع مبادرة منذ عدة سنوات بطلب من بعض اصحاب المواقع الالكترونية الاعلامية وذلك من خارج اي نص قانوني يتيح للمجلس ذلك، بأن فتح سجلا خاصا لوسائل الاعلام الالكترونية ودعي كل موقع الكتروني يعتبر نفسه مؤسسة اعلامية الكترونية الى تسجيل نفسه في هذا السجل. وقد بلغ عدد المواقع الألكترونية المسجلة 372 موقعاً.

وسبق مبادرة المجلس الوطني للإعلام التنظيمية مبادرة قامت بها مؤسسة مهارات عبر اقتراح اصلاحات على قوانين الاعلام في لبنان وتقديم اقتراح قانون جديد للإعلام بالإشتراك مع النائب السابق غسان مخيبر سجل في المجلس النيابي في العام 2010 ولا زال قيد النظر، ومن ابرز ما جاء فيه لناحية الاعلام الالكتروني هو حظر موجب الترخيص من اية جهة كانت لناحية انشاء مؤسسات الاعلامية تعتمد البث

بواسطة الانترنت والاعفاء من رسوم البث، كما واطلاق حرية تأسيسها لأي شخص لبناني او اجنبي طبيعي او معنوي شرط التقيد بأحكام القوانين النافذة ودون فرض اي شرط شكلي لناحية شكل القانوني للمؤسسة وعدد الاشخاص المؤسسين او القيمين على الادارة. وتضمن الاقتراح موجب الشفافية على هذه المؤسسات لناحية نشر اسماء الاداريين والمالكين وعنوان المؤسسة ووسائل الاتصال على الموقع الالكتروني، فضلا عن التسجيل في سجل خاص بمؤسسات الاعلام الالكتروني يتضمن معلومات تتعلق بالادارة والشفافية ويكون متاح للعموم ولا يخضع التسجيل لأي اذن او رسم.

4- التحديات القانونية:

لما كانت شركات المساهمة هي الشكل النموذجي للمشاريع الاقتصادية الكبيرة الحجم والاتساع، والتي تتطلب استثمارات مالية ضخمة، فلذلك لا بدّ من تطوير اشكال نموذجية تتوافق معمتطلبات وواقع الشركات الناشئة. فالتحديات القانونية التي تواجهها الشركات الناشئة عديدة واهمها:

- اوجب قانون التجارة على الـ ش.م. أن تتكون من ثلاثة أشخاص على الأقل. وبالتالي لايمكن تأسيسها من شخص أو شخصين، وعليها ضم ثلاثة اشخاص ولو بشكل "إصطناعي" للمشروع.
- على الـ ش.م. أن يكون لديها رأسمال مكون من 30 مليون ل.ل. مما قد يشكل عائقا ماديا كبيرا للمؤسسين. وعلى الرغم من وجوب دفع 25٪ من راس المال فقط عند التسجيل، الا ان هذا لا يلغي إحتمال الزامهم بدفع المبلغ الكامل في ما بعد.
- إلزام تكوين أعضاء المجلس من المساهمين، وكون رئيس المجلس الذي هو قانونياً المدير العام يشكل عائقا أيضاً لتمثيل حوكمة الشركات الفعّال. إذا ،على سبيل المثال، ارادت الشركة أن تعيّن عضو مجلس ذا خبرة في مجال عمل الشركة، عليها بيعه عدد من الأسهم وذلك أيضاً من خلال الية إصطناعية.
- عدم وجود أحكام تنظم خطة خيارات الأسهم.
- الإدارة المكلفة للـ ش.م. الناتجة عن حتمية تعيين محام مع رسوم التجديد السنوية، والحصول على (براءة ذمة)من صندوق الضمان الاجتماعي الوطني عندما تريد الشركة تسجيل وثائق الشركة في السجل التجاري أو الحصول على النسخ الأصلية.
- اجراءات تصفية الشركة الذي يتطلب الحصول على (براءة ذمة) من وزارة المالية، وصندوق الضمان الإجتماعي، وهذا الإجراء بامكانه أن يمتد على فترة أشهر أو أكثر من سنة.
- عدم الاعتراف بالتوقيع الإلكتروني في النظام القانوني اللبناني.
- القوانين المشددة للدفع عبر الانترنت.
- عدم وجود حوافز ضريبية إلا بحال التقت شروط التحفيز الضريبي الموضوعة بقانون تشجيع الاستثمارات. ولكن غالباً ما يتعذر على الشركات الناشئة أن تلبي هذه الشروط. فعلى سبيل المثال، الإستثمار الأدنى لشركات معلوماتية يجب أن يكون 200 الف دولار.

- الاموال المحصلة نتيجة للتسهيلات الممنوحة وفق التعميم الوسيط 331، عليها أن تستعمل في لبنان. الحال الوحيد هو أن تنفق الشركات أموالها الخاصة خارج لبنان.

تاسعا: توصيات

إستناداً الى التحديات القانونية التي تواجهها الشركات الناشئة، يمكن ايراد التوصيات الاتية:

1- تعديل القانون التجاري:

- إنشاء نوع جديد من الشركة المغفلة والمحدودة المسؤولية التي يمكن لشخص واحد أن يجسدها.
- تخفيض الحد الأدنى لرأس مال الشركات الـ ش.م. إذا كان الغاؤها غير وارد حالياً.
- إزالة الزامية أسهم الضمانة. هذاالنوع من الأسهم لم يعد يخدم سببه الأساسي، وتم الغاؤه في فرنسا التي تعتبر قوانينها الأقرب الى تلك المطبّقة في لبنان.
- تسهيل عمليات التصفية ووضع حد للاجراءت التي تتطلب وقتا طويلا.

2- التصويت على التشريعات اللازمة للإعتراف والسماح بالدفع والتوقيع الإلكتروني.

3- تعديل قانون الضرائب وخلق نوع ضرائب خاص للشركات الناشئة.

- تنفيذ قانون المعاملات الالكترونية

وفي هذا السياق نشير الى اختتام النقاشات في اللجنة الفرعية المنبثقة عن اللجان النيابية المشتركة الموكلة درس اقتراح قانون المعاملات الالكترونية والبيانات ذات الطابع الشخصي في 14اذار 2018، وتم ارسال مشروع قانون المعاملات الالكترونية معدلا الى الهيئة العامة من اجل اقرارهويتضمن القانون تعديلات اساسية عن النسخة الاولى التي ارسلت الى مجلس النواب في العام 2012.

يقدم القانون مقاربة شمولية للمعاملات الالكترونية، ويتضمن القانون بنودا عدة أبرزها الكتابة الالكترونية، الاثبات الالكتروني، الاسناد الالكتروني، العقود الالكترونية، التجارة الالكترونية، الخدمات المصرفية الالكترونية، النقل الى الجمهور بوسيلة الكترونية، استضافة البيانات، واجبات مقدمي الخدمات التقنية، ادارة نطاقات الاسماء اللبنانية على شبكة الانترنت lb domain name registration. وحماية البيانات ذات الطابع الشخصي.

ويضع اقتراح القانون الجديد اطارا عاما لمجال التكنولوجيا، يحتوي على مبادئ عامة ويؤمن الحماية للمعلومات الشخصية المرتبطة بالمعلومات الوراثية والصحية والجنسية، ويسمح بالحصول على البيانات الشخصية في اطار معين، ويعطي الحق للمتضرر في رفع دعوى قضائية عند انتهاك خصوصيته وبياناته.[33]

[33]- اقتراح قانون المعاملات الالكترونية – 14 اذار 2018

4- البنية التحتية:

- انترنت سريع:لقد خفضت اسعار خدمة الانترنت في لبنان وتحسنت السرعة، الا ان السرعة الجيدة لا زالت تتركز في مناطق من العاصمة ولا ترقى في الغالب الى السرعات المعتمدة في المؤشرات العالمية. ويعود ذلك الى التأخر في تنفيذ مد شبكة الالياف الضوئية الذي تبدل موعد الانتهاء منها من نهاية سنة 2019 الى أواخر سنة 2021 ، تاريخ انتهاء اعمال تمديد الشبكة من الشركات الملزمة، وفق ما اعلن مدير عام اوجيرو عماد كريدية، هذا فضلا عن تضارب في المهام بين وزارة الاتصالات وهيئة اوجيرو، والخلاف على الصلاحيات وقانونية تلزيم وزارة الاتصالات مد الشبكة الى شركات خاصة.

وأشار كريدية، في حفل اطلاق مشروع الانترنت السريع الذي نظمته وزارة الاتصالات في السرايا برعاية رئيس الوزراء سعد الحريري، الى ان مشروع الألياف البصرية على جميع الأراضي اللبنانية يهدف إلى تأمين الوصول الى كل بيت ومؤسسة والى كل مستخدمي الإنترنت الذي يتضمن انشاء ما بين 5000 الى 7000 خزانة ذكية تسمح للسنترال ان يقترب أكثر من المستخدمين ويسرع عمل الانترنت ومدّ ما بين 11000 الى 15000 كيلومتر من الألياف الضوئية موزّعة في جميع المناطق اللبنانية، وفي الوقت نفسه، بما يتيح للمستهلكين استعمال هذه التقنية للولوج الى شبكة الانترنت بسرعة 50 ميغابيت/ثانية. وسيكون للمشروع ايرادات هائلة عل الناتج القومي وركيزة من ركائز الاقتصاد الوطني وخصوصاً في مجال الشركات الناشئة وفقاً لكريدية.

وبالتالي، يعتبر غياب انترنت سريع حتى الآن عقبة تواجهها الشركات الاعلامية الناشئة بالنسبة لسهولة وصول متابعيها الى المحتوى الذي تنتجه، والذي يعتمد في غالبه على الفديوهات والانفوغرافيكس، وهو ما يعكسه قضاء المتصفحين من خارج لبنان وقت أكبر على المنصات الرقمية للشركات الاعلامية الناشئة.[34]
ويعرف هذا المشروع بالمرحلة الثانية من شبكة الفايبر أوبتيك التي بدأت أيام كان شربل نحاس وزيراً للإتصالات ولزّم إنشاء المرحلة الأولى التي تتضمن مدّ الشبكة الأساسية في كل المناطق اللبنانية. ويمتدّ تنفيذ هذه المرحلة الى مدى اربع سنوات حتى ربيع 2022.[35]

- منطقة بيروت الرقمية BDD:تبرز في لبنان مبادرات عدة لتطوير قطاع اقتصاد المعرفة او الاقتصاد الرقمي في محاولة لاحتضان افكار رواد الاعمال اللبنانيين ومساعدتهم على الازدهار والبروز والمنافسة عالميا .الا ان معظم المحفزات تأتي من مبادرات خاصة بينما يوجه اللوم الى الدولة لعدم مواكبة هذا القطاع بشكل يتناسب مع متطلباته.
وفي هذا الاطار تبرز منطقة بيروت الرقمية BDD كبيئة تؤمن البنية التحتية للشركات الناشئة وريادة الاعمال منذ العام 2015. اذ تصل مساحته الى 15 ألف متر مربع ، بما في ذلك المساحات المكتبية

---

[34]- مقابلة خاصة مع ريتا مخول
[35]- تحديث تقرير حرية الانترنت 2018

والمحلات التجارية، وتتضمن المنطقة انترنت سريع عبر الألياف الضوئية. كما تقدم BDD الدعم والمساعدة في تطوير الأعمال بما في ذلك خدمات المحاسبة والتدقيق والاستشارات القانونية.
ويعتبر المشروع جهد مشترك بين القطاعين العام والخاص، بين وزراة الاتصالات وبالتعاون مع شركة Berytech وشركة التطوير العقاري ZRE. [36]
- مركز المعلومات الوطني:تضع هيئة "اوجيرو" في خططها انشاء مركز وطني للمعلومات يساهم في تقديم مجموعة من الخدمات لمختلف القطاعات ابرزها قطاع ريادة الاعمال والشركات الناشئة. ويقدم المركز الذي سيتم انشاءه خلال العامين القادمين تمكين وتعزيز قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والاستفادة من خلال شبكة الالياف الضوئية. اضافة الى تحسين تكنولوجيا المعلومات وأمن البيانات، والمساهمة في انشاء قواعد للبيانات مما سيشجع الشركات على الاستثمار و التوظيف، كذلك يساهم المركز في تعزيز تكامل البيانات بين المؤسسات الحكومية المختلفة لتسهيل تأسيس وتقديم خدمات الحكومة الإلكترونية.[37]

خلاصة

ان التحول في استخدام وسائل الاعلام هو التوجه الطويل الاجل في قلب مشكلة الاعمال الناشئة في المشاريع الاعلامية، حيث يظهر الجمهور نفسه غير راغب في استهلاك اي محتوى اعلامي يطرح عليه، بما يتيح الاستدامةالمالية للمؤسسات الاعلامية الناشئة والتقليدية على السواء.
لذا فان الفرص المقبلة لاعادة الاستثمار في مشاريع تحاكي الجودة وتزوّد الناس بالمعلومات التي يحتاجون اليها للتصرف، وليس ببساطة كمستهلكين ، بل كمواطنين. لان القيام بالاشياء بنفس الطريقة لن يكون ذي قيمة في اي مشروع اعلامي جديد.

والملاحظ ان العديد من المؤسسات الاعلامية الناشئة تناولت "نموذج الاعمال" بمعنى "نموذج الايرادات" وهو فقط جزء صغير من ما يتكون في نموذج الاعمال. وبدون نموذج الايرادات، بطبيعة الحال، تنهار المؤسسة مالياً، لكن فعاليتها تقوم على القيمة التي يتمّ تقديمها من خلال نموذج الأعمال الأوسع نطاقاً.
إن المؤسسات الاعلامية الناشئة مدعوّة الى تطبيق التجديد الاستراتيجي واعادة التفكير بالتوجهات والفرص، اضافة الى ذلك فإن المؤسسات الاكاديمية مدعوة الى تحفيز دور الابداع في العملية التعليمية عبر استراتيجية تعمل على تشجيع الابتكار في التعليم من خلال تزويد الطلاب بمهارات القرن ال21، كالتفكير النقدي، وحل المشكلات، والإبداع، والابتكار، والمثابرة، والقدرة على التكيف، وغيرها.
بالاضافة الى انشاء مختبرات ابتكار في المدارس والجامعات لتشجيع انتاج المشاريع الريادية في شتى المجالات.

---

[36]- Berytech, ZRE & the Ministry of Telecom Launch Beirut Digital District- Arabnet https://bit.ly/2J7yM5Y
[37]- مقابلة خاصة مع مدير التخطيط الاستراتيجي وادارة المشاريع في هيئة "اوجيرو" عماد ابي راشد

القسم الثاني: الشركات الإعلامية الرقمية الناشئة في المغرب

مقدمة

شهد المغرب طفرة نوعية في انتشار استخدام الشبكة العنكبوتية. وتبيّن آخر الإحصاءات (كانون الثاني 2019) أن 22 مليون مغربي منخرطون في الشبكة العنكبوتية وأن 86% منهم ينشطون كل يوم على صفحات الويب[38]. هذه الأرقام تؤكد على التحولات في ميدان التقنيات الرقمية التي يشهدها المجتمع المغربي في ظل مد العولمة التكنولوجية .هذا التحول هو نتيجة الانفتاح الناتج عن المخاض السياسي والمجتمعي الذي عرفته عدة دول عربية والذي فتح الأفق أمام انتشار استخدام وسائل الاتصال الحديثة للترفيه والتواصل بين الأفراد وتلقي الأخبار .

أمام هذا الإقبال الكبير على تكنولوجيا الاتصال، انفتحت السوق الإعلامية في المغرب وبات من الملاحظ التوسع الكمي للإعلام الجديد اذ يسجل 892 مشروعا صحفيا مرخصا بحسب معطيات وزارة الاتصال (نيسان 2019).هذا النمو في قطاع الإعلام يبرز في أحد جوانبه بداية التوجه نحو نموذج ريادة الأعمال، حيث تبيّن للمقاولين أن سوق الإعلام يحتضن فرصا جديدة للاستثمار بعيدا عمّا هو مألوف في الإعلام التقليدي، ذلك أن المؤسسات الإعلامية الناشئة تبقى من الناحية الاقتصادية أكثر تحررا من نظيرتها التقليدية.وقد أظهرت الدراسات أن وسائل الإعلام التقليدية محتكرة إلى حد كبير من طرف الدولة أو الأسرة الملكية، في حين تواجه المؤسسات الناشئة تحديات السوق من أجل ضمان ديمومتها .

ان ضمان استقرارية المؤسسة في ظل بيئة تنافسية يستدعي مواجهة تحديات ذات صبغة اقتصادية، تكنولوجية، قانونية وأخرى مرتبطة بالمحتوى. ذلك أن مناخ الأعمال يفرض على المؤسسة البحث عن نموذج أعمال ناجح لضمان استمراريتها وتطوير وسائل اشتغالها لمواكبة التطورات السريعة لتكنولوجيا الاتصال.وفي هذا الصدد، أطلقت عدة مبادرات وأنشئت عدة صناديق ومؤسسات لتشجيع الاستثمار وتأمين السيولة المالية لذلك.

[38] إحصائيات حول استخدام الانترنت في المغرب بتاريخ يناير 2019، https://bit.ly/2QcfWPC

وفي علاقة المؤسسات الإعلامية الناشئة بالقانون والحريات، فالظاهر الى العيان أن وضعها ليس استثنائيا، إذ يسري عليها في كثير من الأحيان ما يسري على الإعلام التقليدي من تضييق على عملها الصحفي، وفرض الرقابة على المحتوى، وتقليص هامش الحريات. كما حصل أن جرت عدة محاولات لإقصاء أسماء مؤسسات عن طريق غرامات مالية ثقيلة.

يضاف إلى هذا تحدي اللغة وتطوير المحتوى، إذ أن 80% من المؤسسات الإعلامية تشتغل باللغة العربية و 20% منها بالفرنسية[39]. ويسود التوجه الآن إلى استخدام اللهجة المحلية "الدارجة" كلغة لنقل الأخبار والترفيه (مثال موقع جاوجاب، كود...)، وهو ما يراه البعض مساسا بجودة الإعلام في حين يعتبره البعض الآخر ابتكارا في المحتوى. في حين ظهر جهد مميز في تطوير المحتوى، وتجديد أساليبه، وتنويع أشكاله، استجابة لمتطلبات السوق. فلكل منبر إعلامي قاعدته الجماهيرية التي يسعى لكسبها من خلال دراسة اتجاهاتها وأذواقها.

وفي ظل مناخ الأعمال الجديد، تحضر إشكالية التأهيل (التكوين) بقوة. إذ أن معاهد الإعلام غالبا ما تكون مناهجها التدريسية تقليدية كمثل تاريخ الصحافة وقواعد التحرير...إلا أن رهان ريادة الأعمال يلقي بظلاله على الجامعات والمعاهد فبدأت تدرّس مقررات تتناول تأسيس المؤسسة الإعلامية وتحسيس الشباب بالتحديات الراهنة في القطاع، إضافة لعقد دورات تأهيلية مستمرة لتجويد المحتوى.

أولا- أهداف الدراسة

1- إشكالية الدراسة

في ظل التطور الذي يعرفه اقتصاد المعرفة واعتباره لبنة أساسية في بناء مجتمع المعلومات وتطوير الاقتصاد الوطني بدأت عدة أشكال منالمؤسسات إلاعلامية ترى الوجود، اذ استفادت من تجربة الإعلام التقليدي ذلك أن أغلب مؤسسي الشركات الإعلامية الرقمية قدموا من أكبر الصحف الورقية بعد أن بدت ملامح الركود فيها كما استفادت من التوجه الرقمي السائد الذي أسفر عن ولادة الصناديق والحاضنات الاستثمارية إضافة للدعم المباشر منالدولة .

[39] مقابلة مع حسين الساف، أستاذ التعليم العالي في معهد الإعلام والاتصال بالرباط

وتهدف هذه الدراسة الى الكشف عن مقومات المؤسسات الإعلامية الناشئة والبيئة الحاضنة لها .وانطلاقا من هذا الهدف ستسعى الى الاجابة عن الأسئلة التالية:

- ما مدى تنوع المشهد الإعلامي في المغرب؟
- كيف تتوزع المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة في المغرب؟
- ما هي نماذج الأعمال التي ترتكز عليها المؤسسات الإعلامية الناشئة؟
- ما هو الإطار القانوني المنظم للمقاولات الإعلامية الناشئة؟
- ما هي التحديات التي تواجه الشركات الإعلامية الناشئة؟
- ما هي عناصر النظام البيئي الحاضن للشركات الإعلامية الناشئة في المغرب؟
- هل هناك اهتمام أكاديمي بمجال الإعلام والابتكار ؟
- هل هناك مهارات أساسية قادرة على إنشاء نموذج أعمال جديد للإعلام؟

2- منهجية الدراسة

اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي الذي يتيح الحصول على المعلومات والبيانات المتعلقة بريادة الأعمال في الحقل الإعلامي، اذ رصدت الدراسة الشركات الإعلامية الرقمية الناشئة في المغرب وظروف نشأتها والبيئة الحاضنة لها .

وتمّ انتقاء عيّنة من الشركات الناشئة بحسب تنوع محتواها ولغتها و طريقة عملها.وتشكلت العينة من المنصات التالية :اليوم ناس، قرايتي.كوم، لوديسك، Conso news Welovebuzz، جاوجاب، سمارت ميديا فوريو(Smart media4you)، واعتمدنا على المقابلات مع مؤسسي هذه الشركات وباحثين ومهنيين في مجال الإعلام وريادة الأعمال للإجابة عن إشكالية البحث .

ثانيا: تنوع المشهد الإعلامي في المغرب

سعى المغرب لبناء مشهد إعلامي متنوع يتسم بالتعددية الكمية والنوعية.ويضم قطاع السمعي البصري المغربي، شركات وطنية للاتصال،قنوات إذاعية خاصة وعناوين وطنية ورقية موزعة كالتالي[40] :

- 10 قنوات تلفازية عمومية تضم 4 قنوات وطنية و 5 قنوات متخصصة و قناة جهوية،
- قناة البحر الأبيض المتوسط (ميدي 1تيفي) الخاصة،
- قطاع إذاعي عمومي يتكوّن من 4 إذاعات متخصصة بالإضافة إلى 11 إذاعة جهوية،
- إعلام إذاعي خاص يتألف من 19 إذاعة خاصة (تنقسم إلى إذاعات ذات تغطية متعددة الجهات وإذاعات ذات تغطية محلية أو جهوية)،
- 252 صحيفة ورقية على الصعيد الوطني،
- 13جريدة حزبية على الصعيد الوطني.

مع تزايد توسع الثورة الرقمية في المغرب، ازدادت شهية المقاولين في الاستثمار في هذا المجال، إذ بلغ عدد المواقع الالكترونية المصرح بها 892 موقعا (نيسان 2019) .

وتعود التعددية التي يشهدها قطاع الإعلام الى سياسة التحرير التي نهجها المغرب منذ سنة 2006.الا ان مسألة التعددية والتنوع لا تنفك تطرح علامات استفهام. ويكشف استطلاع رأي أجراه الموقع المغر بي لو ديسك ومنظمة مراسلون بلا حدود بعنوان "مرصد ملكية وسائل الإعلام" (2017) عن الفاعلين الرئيسيين في القطاع، في دراسة تعتبر أول قاعدة بيانات حول وسائل الإعلام في المغرب .

وفي هذا الصدد أكد علي عمار، مدير نشر موقع لو ديسك "إن هذا البحث يؤكد أن التنوع والتعدد ليسا مرادفين، موضحاً أن هذه هي المرة الأولى التي يتم فيها وضع خريطة شاملة للمشهد الإعلامي المغربي، اذ يتأكد الاتجاه المثير للقلق والمتمثل في تشكيل تكتل قائم على مصالح مشتركة حيث تتقاطع السياسة وعالم

[40] المؤشرات المتعلقة بحرية الصحافة 2018، إصدار وزارة الثقافة والاتصال، قطاع الاتصال سنة 2018، ص 18

المال والأعمال بما يقوّض التعددية ومعها استقلالية الصحافة"[41].وقد استغرقت الدراسة الاستقصائية ما لا يقل عن ثلاثة أشهر من البحث، اذشملت 46 وسيلة إعلام (موزعة بين الصحف الورقية،الرقمية والإذاعات والقنوات التلفزية) وعلى الشركات الـ 36 التي تملكها.

وعن الجهات المالكة لوسائل الإعلام، تبيّن الدراسة أن الدولة هي المالك الرئيسي في قطاع التلفزيون، جنباً إلى جنب مع العائلة الملكية،كما تحتكر جزءاً كبيراً من المحطات الإذاعية،وإن كانت دائرة المِلكية قد اتسعت على مدى العقد الماضي لتشهد انضمام العديد من الشركات الخاصة.أما الصحافة المكتوبة، فإنها تشهد تبايناً واضحاً بين السوق المزدهرة للجرائد الصادرة باللغة العربية (التي هي غالباً ملكية أشخاص من أهل الإعلام) والتراجع الملحوظ على مستوى الصُحف والمجلات الناطقة بالفرنسية التي تعود ملكيتها غالبا الى الشخصيات الاقتصادية والمالية في البلاد.في المقابل، تبقى المنابر الإعلامية الإلكترونية الأكثر تنوعاً من حيث المِلكية[42].

ثالثا: تمويل وسائل الاعلام والاتصال

1- اقتصاد المعرفة

يعرف اقتصاد المعرفة بالاقتصاد المبني على الحصول على المعرفة، استخدامها، توظيفها، إبداعها وابتكارها، بهدف تحسين نوعية الحياة بمجالاتها كافة والاستفادة من التطبيقات التكنولوجية المتطورة، واستخدام العقل البشري كرأس للمال المعرفي، لإحداث مجموعة من التغييرات الإستراتيجية في طبيعة المحيط الاقتصادي[43].

في علاقة اقتصاد المعرفة بالإعلام، يذهب الباحثون إلى أنه لولا تطور تكنولوجيا الاتصال والإعلام لما كان لاقتصاد المعرفة من وجود.ذلك فقد ساهمت هذه التكنولوجيا في إحداث ثورة كبرى في المجتمعات وأصبحنا نتحدث عن صناعة الإعلام الذي أنتج ما يسمى حاليا بالإعلام الجديد. فقد كان الرأسمال الضخم سبيلا

[41] مقال "شتان بين التعددية والعددية -مراسلون بلا حدود وموقع لو ديسك يكشفان نتائج مرصد ملكية وسائل الإعلام"، نشر على موقع منظمة مراسلون بلا حدود بتاريخ 21 تشرين الثاني 2017

[42] مرجع سابق، بتصرف.

[43] عياد ليلى، بلال وجمعة، هلالي أحمد، معايير قياس وتقييم الاقتصاد المعرفي ودورها في تفعيل عملية التنمية الاقتصادية، مجلة التنمية البشرية والتعليم للأبحاث التخصصية العدد 2،المجلد 4، أكتوبر 2018، ص 205، نقلا عن :عبد الرحمان الهاشمي، فائز محمد العزاوي ، المنهج والاقتصاد المعرفي، الطبعة الأولى ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، 2007،ص26

لإنشاء مؤسسة إعلامية ذات صيت تساهم في إنشاء الرأي العام، لكن بعد ظهور التكنولوجيا الحديثة تعززت قوة الإعلام وباتت المنصات الإعلامية الرقمية تؤثر أكثر في المجتمعات بشتى مكوناتها .

يعرف الدكتور خالد الحلوة اقتصاد الإعلام، على أنه دراسة تجمع بين علم الاقتصاد والدراسات الإعلامية، بمعنى أنها تطبق مبادئ علم الاقتصاد على المؤسسات الإعلامية، فهي تشرح كيف تعمل الظروف الاقتصادية على توجيه عملها في طريقة إنتاجها للبرامج والمحتوى الإعلامي وكيفية اتخاذ القرارات، وفقا للفرص والتحديات الاقتصادية التي تواجهه[44]. يبدو جليا أن الجانب المالي له تأثير هام على توجهات المؤسسات الإعلامية، إذ يتحكم في درجة جودة محتواها، وطرق إنتاجها للمعرفة بل وأيضا توجهاتها المستقبلية. فحين تتوفر القوة المالية والتكنولوجية تتشكل شركات إعلامية هامة ومؤثرة من خلال قدرتها على تطويع الإمكانيات المتاحة لإنتاج منتوج راقي يساهم في تعزيز مجتمع المعرفة .

ويجمع الباحثون على ثلاثة مؤشرات رئيسية[45] تحدد معايير اقتصاد المعرفة:

- **مؤشر البحث والتطوير** :يعتمد على النفقات المخصصة للبحث والتطوير وفريق العمل .
- **مؤشر التعليم والتدريب**:يشير إلى أهمية الموارد البشرية في النظم الاقتصادية للدولة وكيفية تطويرها وتثمينها في إطار مجتمع المعرفة.ويرتكز هذا المؤشر على معطيات مستوى التعليم والتدريب التي تسمح بتقييم الرأسمال البشري الذي هو حصيلة المنظومة التعليمية في أي بلد.ويعد هذا المؤشر على درجة عالية من الأهمية لما له من تأثير مباشر على ثورة التكنولوجيا والمعرفة من حيث زيادة نسبة المتخصصين في مجالات المعرفة المختلفة وبالتالي زيادة الإنتاجية.

[44] مرجع سابق، ص 6
[45] مرجع سابق، ص 7

- **مؤشر تكنولوجيا المعلومات والاتصال** :في ظل هذه الطفرة النوعية والكمية لوسائل المعلومات والاتصال، يحظى هذا المؤشر بأهمية كبرى.إذ تعزز الترسانة التكنولوجية إلى جانب المعرفة ازدهار النشاطات المكثفة في المعرفة وتتجلى في ثلاث تأثيرات في الاقتصاد :
  - تسمح بدرّ أرباح إنتاجية خاصة في مجال المعالجة، التخزين وتبادل المعلومات،
  - تعزّز ظهور صناعات جديدة:وسائل إعلام متعددة، التجارة الالكترونية، الجداول الالكترونية...الخ
  - تحثّ على اعتماد نماذج تنظيمية أصلية بهدف استخدام أفضل للإمكانيات الجديدة لتوزيع ونشر المعلومات.

في السياق المغربي، حاولت الدولة مواكبة التطور التكنولوجي وما صاحبه من تغييرات على المستوى الاقتصادي والاجتماعي .ففي التقرير الاقتصادي والمالي لمشروع المالية لسنة 2014، بدت بوادر رغبة المغرب في إدراج المعرفة كلبنة أساسية في قلب استراتيجياته والتي تقوم على أربعة أسس: نظام اقتصادي تحفيزي، تعليم ناجح، ابتكار فعال وبنية تحتية مناسبة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال. كما يحرص على استحضار مبدأ تطوير المعرفة في شتى القطاعات لتنمية النموذج الاقتصادي للبلاد.ففي مجال الثقافة على سبيل المثال، تسعى الدولة لتطوير العرض الثقافي ليواكب الممارسات الحديثة للشباب من خلال دعم المواقع الرقمية الموضوعاتية التي تمنح لهم مضامين نصية سمعية وبصرية تبرز مختلف أوجه الثقافة، إضافة لتيسير مساطر استفادة المستثمرين في هذا المجال من صناديق تشجيع الإبداع والتجديد في التكنولوجيا الجديدة .

ويعتبر المغرب بلدا ذا دخل متوسط وفقا لمنهجية تقييم المعرفة (KAM 2012)، حيث يكمن ضعف اقتصاد المعرفة بالمغرب في ضعف التعليم العالي[46]، ولهذا يبذل المغرب جهودا مستمرة لمعالجة إشكاليات الجامعات من خلال توسيع صلاحياتها لتنمية استقلاليتها وإرساء مبادئ التقييم والجودة.وهو ما انعكس

---

[46] التقرير الاقتصادي والمالي لمشروع قانون المالية بالمغرب 2012، 81

إيجابا على عدد البحوث العلمية المنجزة والمنشورة بشراكة مع الأجانب.لكن تجدر الإشارة إلى أن التعليم المغربي مازال يتخبط في عدة مشاكل أبرزها عدم التوافق بين التأهيل المتاحومتطلبات سوق العمل إضافة إلى إهمال الجانب الالكتروني في التعليم الذي من شأنه أن يحسن من جودته .

أما فيما يخص مجال الابتكار، فإن المغرب يحتل رتبة متوسطة في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا نظرا لقلة عدد براءات الاختراع وقلة التعاون بين الجامعات والمؤسسات.

ولتحسين هذه المؤشرات، تبنّى المغرب عدة إجراءات من قبيل تحرير الاتصالات، وإدراج نظام الإجازة - الماجستير-الدكتورة بالهياكل الجامعية، تطوير صناعة المعلومات بإنشاء مجمعات تكنولوجية .إضافة إلى تنفيذ مخططات قطاعية كالميثاق الوطني للإقلاع الصناعي لمواكبة المهن العالمية، ومخطط المغرب الرقمي لخلق مجتمع معلوماتي، مخطط المغرب ابتكار لتعزيز الابتكار والبحث العلمي[47]...

كذلك سعى إلى تطوير استراتيجية رقمية شاملة من خلال إطلاق استراتيجية المغرب الرقمي 2020، التي تهدف إلى جعل المغرب مركزا إقليميا في تكنولوجيا المعلومات والاتصال . وهي تتمحور حول مختلف المجالات مثل التحول الاجتماعي، والمرافق العمومية الموجهة نحو المستخدمين (الحكومة الإلكترونية)، وتحسين إنتاجية المؤسسات الصغرى والمتوسطة /الصناعات الصغرى والمتوسطة، وتطوير صناعة تكنولوجيا المعلومات.بموازاة ذلك، تم اعتماد التدابير المواكبة لضمان الحوكمة الجيدة للإستراتيجية، والتمويل وتوفير الموارد البشرية اللازمة. ويراهن المغرب من خلال هذه الإستراتيجية على احتلال الرتبة الثالثة إقليميا، وتقليص الهوة الرقمية إلى 50%، تمكين 20% من المؤسسات الصغرى والمتوسطة من الخدمات والتجهيزات الرقمية، تأهيل أكثر من 1500مهني في مجال تطوير المعلومات، خلق 60.000فرصة عمل في "Offshoring"[48].

---

[47] التقرير المالي والاقتصادي، مشروع قانون المالية لسنة 2014، وزارة الاقتصاد والمالية، ص 81

[48]" استراتيجية المغرب الرقمية "2020، موقع اليونسكو https://bit.ly/30rysrW

2--اقتصاد المؤسسات الإعلامية الرقمية

إن المشاريع الإعلامية تخضع كباقي المشاريع الاقتصادية لدراسة الجدوى من أجل تحديد تكاليف الإنشاء والتسيير والمداخيل المحتملة، ذلك أن نتاج العمل الإعلامي يدخل ضمن اقتصاديات المعرفة، باعتبار أن المعلومة سلعة تُباع وتُشترى، ومن ثم تخضع لشروط الإنتاج والتسعير وخصائص المنتج والتسويق والترويج وغيرها من المفاهيم الرائجة في عالم الأعمال .إلا أنه جدير بالذكر أن التحول التكنولوجي في وسائل الإعلام والاتصال أدى لتشكل نماذج اقتصادية جديدة مبنية على فاعلين جدد في سبل الإنتاج والتوزيع .

تقتصر تكلفة إنتاج المادة الإعلامية الرقمية على النسخة الأولى بفضل دور الوسائط التكنولوجية في تمكين الفرد من استهلاك المعلومة عن طريق النسخ والتنزيل (مشاركة المحتوى في مواقع إخبارية متعددة وعبر وسائل التواصل الاجتماعي) من دون كلفة إضافية.هذه الخاصية يطلق عليها في اقتصاديات الإعلام الرقمي بـ"الطابع غير المحدود لاقتصاديات الوفرة أو الحجم الكبير"، اذ أن تزايد عمليات تلقي المادة الإعلامية لا يترتب عليه تكلفة إضافية، وأن غالبية التكاليف تكون في مرحلة ما قبل الإنتاج، وهكذاتبقى هذه التكاليف ثابتة وكلما زاد الاستهلاك قلَّت التكاليف ومن ثم زادت الأرباح[49].

وقد ساهمت وسائل التكنولوجيا الحديثة وبالتحديد الويب في تغيير المعادلة في سوق الاستثمار الإعلامي. فقبل ظهور الإعلام الجديد كانت المؤسسات التقليدية تستغرق وقتا طويلا لتشكيل قاعدة قرائها وبناء نموذجها الاقتصادي الكفيل بضمان ديمومتها. فاذا نظرنا إلى المجلة الأميركية الرياضية المشهورة (Sports Illustrated)، نجدها احتاجت عشر سنوات على الأقل لتجد لنفسها النموذج الملائم لتحقيق الأرباح؛ بينما احتاج الموقع الإعلامي المعروف هافينغتون بوست (Huffington Post)لأقل من ست سنوات ليتحول من فكرة إلى مؤسسة تقدر قيمتها بـ 315مليون دولار عندما تم بيعها لمؤسسة اميركا أونلاين (AOL)عام 2011[50].

---

[49] محمد الأمين موسى، "اقتصاديات الصحافة الإلكترونية العربية :الواقع والنموذج"، مركز الجزيرة للأبحاث والدراسات، نشر بتاريخ 02تشرين الاول 2017.

[50]المصدر نفسه.

يظهر للعيان أن تطور شبكة الانترنت ساهم بشكل كبير في توفير شروط نجاح الإعلام الجديد بالمقارنة مع الإشكاليات التي يعانيها الإعلام التقليدي كتشكيل قاعدة واسعة من القراء، صعوبة تحديد طبيعة الأخبار والمعلومات بصفة عامة التي يرغب فيها المستهلك، استحالة توفير عنصر الجدة في معالجة الأخبار بشكل آني على مدار الساعة، معوقات الإنتاج والتوزيع وغيرها.حاليا يجد كل موقع الكتروني قاعدته من الجمهور، وتمكنه وسائل التسويق الحديثة من دراسة نمط تعاطي الفرد للمعلومة ليواكب متطلباته بشكل مستمر إضافة إلى انخفاض تكلفة الإنتاج والتوزيع .

أ- حصة الصحافة الإلكترونية من سوق الإعلانات

على الرغم من القفزة النوعية التي حققها المغرب في المجال الرقمي، وتزايد عدد مستخدمي الانترنيت إلا أن المعلنين لا زالوا يستثمرون في الإعلام التقليدي بشكل كبير. ووفقا للأرقام الصادرة عن مجموعة المعلنين المغاربة (GAM)، في سنة 2017 استثمرت الشركات المغربية ما يقارب 5.5 مليار درهم في الاعلان، وقد استحوذ التلفزيون على ما يقارب 37% واللوحات الاعلانية على 30%.

وبالنسبة للمحطات الإذاعية فقد استحوذت على 964 مليون درهم من الإعلانات، أي ما يعادل 17.5٪ من إجمالي الاستثمارات الإعلانية.وحصلت وسائل الإعلام المكتوبة على 45 مليون درهم، أي 13,5% من السوق الاعلانية [51].من خلال هذه الأرقام يبدو أن حصة الصحافة الالكترونية من االسوق الاعلانية تبقى ضئيلة .

أمام التوزيع غير العادل لسوق الإعلانات، تسعى وزارة الاتصال إلى اقتراح مشروع إحداث مكتب التحقق من الرواج والإعلان وصياغة ميثاق أخلاقيات المهنة لضمان الشفافية وتكافئ الفرص بين جميع وسائل الإعلام .هذا بالإضافة إلى إعداد مشروع قانون لتنظيم توزيع ونشر الإعلانات القانونية والقضائية والإدارية وذلك لتنظيم شروط وقواعد الاستفادة من نشرها، باعتبار دورها في مساعدة المؤسسة الصحفية على النهوض بأوضاعها الاقتصادية، وكذلك باعتبارها دعما غير مباشر للصحف.وسيمكّن هذا المشروع من تركيز وتجميع كل طلبات نشر الإعلانات الواردة

[51] إشهار الشركات المغربية يهيمن عليه التلفزيون وتراجع الصحافة المكتوبة، مقال نشر على موقع لكم بتاريخ 16يناير 2018

مـن مختلـف الإدارات والمؤسســات العامة وشبه العامة لتوزيعهـا علـى الصحـف المؤهلـة للنشـركما ستتمكن الصحف الإلكترونية المسـتوفية الشـروط مـن الحصـول لأول مـرة علـى إعلانات للنشـر[52].

ب- مصادر دخل المؤسسات الإعلامية الرقمية

أتاحت التكنولوجيا الجديدة للمؤسسات الإعلامية الالكترونية فرص تنويع مداخيلها لتغطية نفقاتها ولتحقيق الأرباح، أهمها[53]:

إعلانات الانترنت:عرف سوق الإعلانات على الانترنت نموا مطردا في السنوات الأخيرة، ذلك لقدرة الانترنت على الوصول للمتلقي مجانا كما أن محركات البحث توفر إمكانية دراسة سلوك المستهلك على الانترنت والحصول على إحصائيات تمكّن المؤسسة الإعلامية من إعداد محتوى يتوافق مع تطلعات القارئ. وكلما اتبعت المؤسسة هذا النهج تمكنت من توسيع قاعدة قرائها وبالتالي استقطاب المعلنين الذين يبحثون عن تحقيق أهدافهم التسويقية .عموما، استحوذت الإعلانات الرقمية على مداخيل مختلف الفاعلين في الانترنت: مواقع صحفية الكترونية، مدونات، منتديات، مواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك محركات البحث خاصة بعد أن ظهرت بعض المبادرات التي تهدف إلى تتبع وسائل الإعلام المختلفة (من صحف إلكترونية ومواقع ويب) اذ ساعدت على زيادة مداخيل الإعلان، مثل Google FastFlip والتي ظهرت عام 2009 معتمدة على طريقة المسح البصري في التعرف على المحتوى.

بيع المحتوى الرقمي: مبدأ المجانية في الويب جعل من استراتيجية بيع المحتوى خيارا صعبا .إذ يستدعي ذلك إنتاج محتوى إعلاميا مميزا، متفردا يحقق السبق الصحفي، ومبتكرا ليقنع المتلقي بالانخراط في اشتراك مدفوع.

ترخيص المحتوى: تعتمد بعض المؤسسات على منح تراخيص لاستخدام موادها الإعلامية مقابل مبالغ مالية كما هي الحال مع محرك البحث غوغل الذي يرخص له استخدام عناوين الأخبار أو

---

[52] مخطط عمل قطاع الاتصال 2017-2021، موقع وزارة الاتصال.
[53] نفس المصدر

الأخبار كاملة مثل تلك الخاصة بوكالة أنباء الأسوشيتد برس، بالإضافة إلى وسائل إعلام عالمية أبرمت اتفاقيات لمشاركة المحتوى الرقمي :كالاتفاق الذي يسمح لصحيفة نيويورك تايمز بالوصول إلى محتوى الموقع الإعلامي المختص في مجال التكنولوجيا (TechCrunch)، أو منح موقع صحيفة لوموند الفرنسية حق الولوج الكامل لمحتواه الإعلامي لصحيفة إلباييس الإسبانية .

ج- النماذج الاقتصادية للمؤسسة الإعلامية الرقمية

في ظل تزايد عدد مستخدمي الانترنت في المغرب عرفت الصحافة الرقمية طفرة نوعية، اذازداد عدد المواقع الالكترونية من 262 موقعا رقميا سنة 2015، إلى 360 في أواخر شهر كانون الاول 2016، ليصل إلى 656 موقعا رقميا مصرحا به لدى مختلف المحاكم الابتدائية للمملكة سنة 2017، وليرتفع هذا العدد إلى 746 صحيفة إلكترونية مصرح بها نهاية ايلول 2018، ثم إلى 892 في نيسان 2019[54].

بالرغم من الطفرة العددية للمواقع الالكترونية في المغرب إلا أن واقع الممارسة يبرهن على أن العدد الحقيقي للصحف التي تعمل بناء على نظام مؤسساتي تظل ضئيلة، يضاف هذا إلى غياب تأطير قانوني يتناول بشكل مفصل قطاع الصحافة الالكترونية.ولعل هذا ما يفسر تخبّط الصحف لخلق نموذج اقتصادي يكفل ديمومتها.وفي هذا الصدد تطرق الكتاب الأبيض لتأهيل الصحافة الالكترونية المغربية، الذي شكل أول لبنة لإعداد أرضية نقاش حول القطاع، الى مختلف التحديات التكنولوجية والاقتصادية التي تواجه القطاع.واستنادا إليه يمكن عرض أهم النماذج الاقتصادية للصحافة الالكترونية في البلاد[55].

- **النموذج الناضج**

استطاعت بعض المؤسسات الإعلامية الالكترونية الاستثمار في بناء هيكلية منظمة على غرار المؤسسات الإعلامية التقليدية، بفضل انعدام التكاليف الثابتة غير القابلة للتخفيض (كالورق، الطباعة والتوزيع...). فباتت توجد هيئة تحرير تضم رئيس التحرير، فريقا من الصحفيين، تقنيين، مخرج الكتروني

---

[54] تقرير المؤشرات المتعلقة بحرية الصحافة 2018، الصادر عن وزارة الاتصال بتاريخ 03أيار 2019.
[55] الكتاب الأبيض لتأهيل الصحافة الالكترونية المغربية :التحديات والتوصيات، صادر عن وزارة الاتصال في نيسان 2013.

(Infographiste) أو مصمم ويب...ويرتكز النموذج الاقتصادي لهذه المؤسسات على مداخيل الاعلان بعد أن تمكنت من تشكيل قاعدة من القراء تغري المعلنين التجاريين .

- **النموذج الجنيني**

تواجه المؤسسات الإعلامية التي يقل حجم أعمالها عن مليوني درهم في السنة صعوبة في تشكيل هيئة تحريرية متكاملة تقوم بوظائف التحرير والإدارة التجارية. إذ في غالب الأحيان تقوم على صحفي أو صحفيين مداومين إلى جانب مؤسس الموقع الذي يقوم بأدوار متنوعة. تعتمد هذه المؤسسات أيضا في مداخيلها على الاعلان لكنها لا تحقق الاكتفاء الذاتي لتوفير الموارد البشرية اللازمة لتنمية المؤسسة.

- **النموذج المختلط**

تقوم المؤسسة التي تتبنى هذا النموذج بتنويع أنشطتها من خلال تقديم خدمات (ايواء مواقع ويب (hébergement)، وكالة ويب، تواصل...) أو من خلال عرض مهاراتها لتضمن بذلك استمراريتها.

أما عن المؤسسات الإعلامية الرقمية التي تعتمد في بعض الأحيان على نظام المضمون المدفوع (اشتراك)، فان تجارب محدودة تبنت هذا النظام وذلك راجع لثلاثة أسباب رئيسية:

- الاشتراك مقابل محتوى الإنترنت لم يصبح بعد جزءا من ثقافة متصفحي الإنترنت المغاربة،
- التسديد عبر الإنترنت غير متيسر بعد بالشكل الكافي،
- لا يوجد أي تدبير خاص بالضريبة على القيمة المضافة في ما يخص بيع المحتوى الإخباري في الإنترنت، وذلك على عكس الصحافة الورقية.

د- أنظمة دعم المؤسسة الإعلامية الرقمية

بفضل وظائف التكنولوجيا تمكنت المؤسسة الإعلامية الرقمية من التقدم في مسار تطورها على عكس نظيرتها التقليدية.وبرغم النجاح الذي حققته عدة منابر إعلامية حديثة إلا أن إشكالية التمويل تطرح نفسها بشكل كبير في قطاع الإعلام سواء السمعي البصري، أو المكتوب أو الرقمي.

فيما يخص الإعلام الرقمي، فإن مواكبة التطورات التكنولوجية هو هاجس كل مؤسسة إعلامية تسعى لتقديم محتوى مبتكر في قالب حديث. وان تعزيز الركيزة التكنولوجية من شأنه[56]:

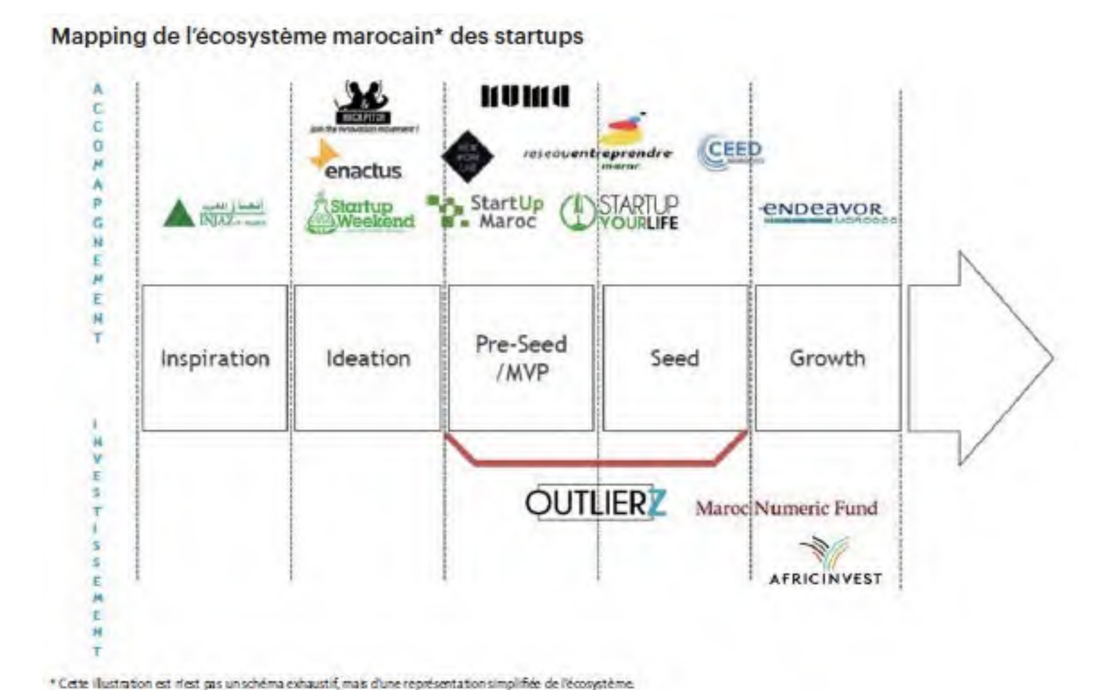
- توفير الأخبار بصورة فورية ومستدامة.
- إتاحة الأرشفة، والبحث، واسترجاع المعلومات.
- السماح للمستخدم باختيار طريقة تصفح الموقع.
- استخدام أدوات الوسائط الإعلامية المتعددة.
- التفاعل مع المستخدم، وتمكينه من إبداء رأيه، والتعليق على المادة الصحفية، والتحاور مع الصحفيين والمحررين والمستخدمين الآخرين.
- السماح بالتصحيح الفوري للأخطاء.
- إتاحة التشبيك الاجتماعي.

وتسهر عدة مبادرات ومؤسسات على دعم المؤسسات الناشئة في مختلف القطاعات.فكما يبين الرسم التوضيحي (رسم بياني رقم 1)، تنقسم أطراف الدعم إلى مؤسسات تواكب المؤسسات الناشئة لإنزال أفكارها المبتكرة على أرض الواقع والشروع في تنفيذ المشروع من مرحلة البحث عن فكرة إلى مرحلة استقراره ونضجه.تشمل هذه المبادرات برامج تطوير الكفاءات:إجراءات دراسة السوق، إعداد مختلف مراحل المشروع بدءا من الوثائق القانونية المطلوبة وصولا إلى مرحلة تسويق المشروع والتي تقدمها على

[56] الكتاب الأبيض، مصدر سابق، ص 11

سبيل الذكر "إنجاز المغرب".أما الطرف الآخر في المنظومة فيتمثل في صناديق الاستثمار التي تؤمن الدعم المالي لهذه المقاولات الناشئة كصندوق المغرب الرقمي وغيرها .

رسم بياني رقم1: بيئة المؤسسات الناشئة في المغرب[57]



رابعا:صناديق دعم المشاريع الناشئة

عمدت عدة هيئات ومؤسسات عمومية الى إطلاق برامج وإنشاء صناديق مخصصة لتشجيع الابتكار، من بينها[58]:

صندوق المغرب الرقمي :" Maroc Numeric Fund"أنشئ هذا الصندوق عن طريق الشركة المسيرة لحاضنة الأعمال "تكنوبارك"، وبعض المصارف العمومية وصندوق الإيداع والتدبير في إطار خطة المغرب الرقمي2013. يهدف هذا الصندوق إلى دعم حاملي المشاريع في

---

[57] مجلة « Conjoncture »، الصادرة عن غرفة فرنسا للتجارة والصناعة بالمغرب، عدد 992ما بين 15 أيار و 15تموز2017، ص 44

[58] الكتاب الأبيض، مصدر سابق .ص 11

المراحل الأولى للإنشاء أو في مراحل متقدمة لتطويرها في قطاع التكنولوجيا والابتكار بمبلغ مالي يقدر بـ 100مليون درهم.

في سنة 2017، أطلقت النسخة الثانية من المشروع **(صندوق المغرب الرقمي 2)** الذي استفاد بدوره من برنامج " Innov invest" لصندوق الضمان المركزي وثلاثةمصارف وطنية.وخصص هذا الصندوق ميزانية 200مليون درهم لتمويل المؤسسات الناشئة المبتكرة في مجال التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال.

برنامج "Innov invest": هو مبادرة أطلقها صندوق الضمان المركزي لتمويل المؤسسات الناشئة، استفاد سنة 2017من دعم البنك الدولي بموازنة تقدر بـ 50 مليون دولار. وقد منح البرنامج في السنة نفسها مساعدات مالية للمؤسسات الناشئة بإجمال 12 مليون دولار وخصص مبلغ 30 مليون دولار لتمويل رأسمال المخاطر للمؤسسات التي بلغت مستوى معين من النمو وترغب في تطوير نشاطها[59].

المركز المغربي للابتكار[60] التابع "لتكنوبارك":أنشئ سنة 2011 ليكون بمثابة الشباك الوحيد لتمويل المشاريع المبتكرة في المغرب.يعمل المركز بشراكة مع وزارة التجارة والاقتصاد الرقمي والوكالة الوطنية لدعم المؤسسات الصغرى والمتوسطة على تشجيع الابتكار وتطوير البحث وحماية الملكية الفكرية.وفي هذا الصدد أطلق عدة مبادرات للتمويل كمبادرة "انطلاق"و"تطوير."

تجمع المغرب الرقمي " Maroc Numeric Cluster"61: هو هيئة تدبيرية تضم فاعلين في القطاع العام والخاص:الدولة، الشركات الكبرى، الشركات الصغرى والمتوسطة، الفاعلون في قطاع التعليم والبحث والتطوير إلى جانب بعض مؤسسات الدعم المالي، تسعى لتشجيع حاملي المشاريع المبتكرة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

---

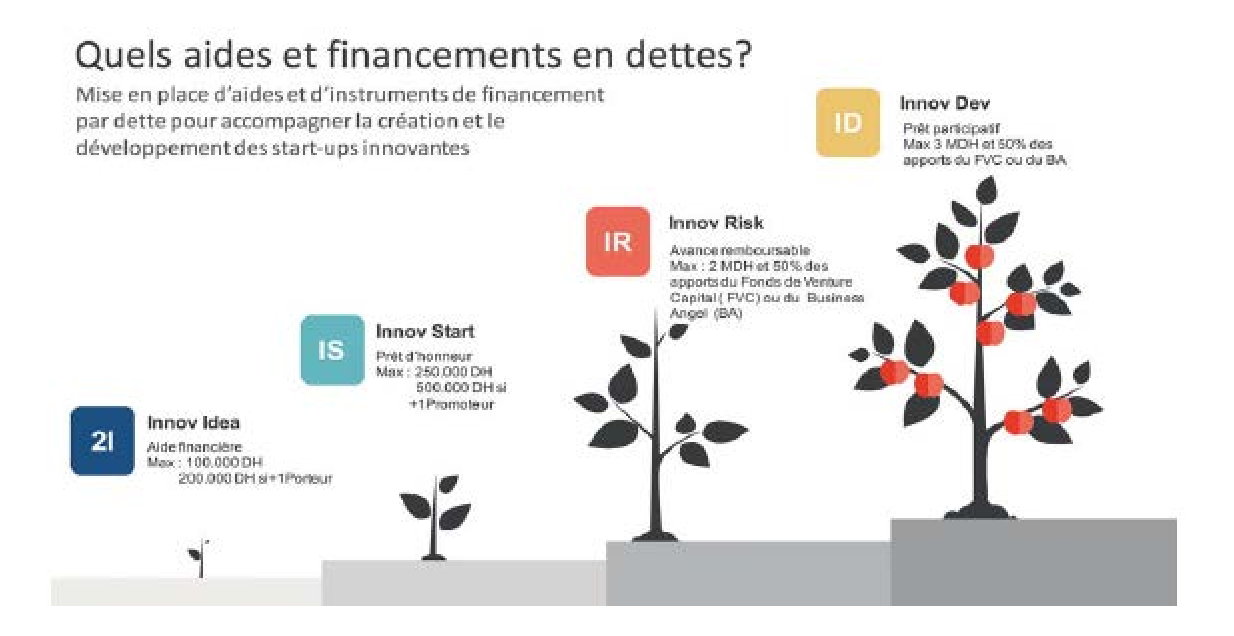
[59] مجلة « Conjoncture »، مصدر سابق، ص 40

60 https://bit.ly/2GUwVmt

61 https://bit.ly/2DHQmwO

صندوق الضمان المركزي " Caisse Centrale de Garantie": يعتبر هذا الصندوق مؤسسة مالية عمومية في حكم المؤسسات المصرفية بمقتضى القانون المصرفي. يضطلع بمهمة ذات منفعة عامة تعتمد على تقاسم المخاطر مع القطاع المالي من أجل تسهيل الوصول الى التمويل.يتجلى تدخله لفائدة المؤسسات الناشئة والمبتكرة في التمويل المقدم في المراحل الأولى من إحداثها، و تعزيز التمويل الذاتي .

رسم بياني رقم 2: أنظمة دعم المؤسسات الناشئة من طرف صندوق الضمان المركزي[62]



يبين الرسم التوضيحي أعلاه، أنظمة دعم صندوق الضمان المركزي للمؤسسات الناشئة في مختلف دورة حياة المؤسسة. إذ يقدم الصندوق مبلغا ماليا مهما في كل مرحلة من مراحل المؤسسة بدءا من طرح فكرة المشروع، مرورا بالاطلاق الفعلي للفكرة ثم مواجهة المخاطر وصولا لمرحلة النضج والتطوير .

الوكالة الوطنية لتنمية المؤسسات الصغرى والمتوسطة: هدفه تمكين المؤسسات الصحفية الالكترونية من الاستفادة من برنامجي "مساندة"و"امتياز"خاصة في الجوانب التكنولوجية .

[62] مجلة « Conjoncture »، مصدر سابق

أ-برنامج مساندة: هدف البرنامج في المرحلة ما بين 2013-2020 مواكبة 700 مؤسسة صغرى ومتوسطة سنويا بدعم % 70من كلفة تحديث أنظمتها المعلوماتية وكلفة اقتناء أو استخدام معدات تكنولوجية في حدود أربعة ملايين درهم.يستهدف البرنامج أساسا دعم المؤسسات الصغرى والمتوسطة في جوانب التكلفة والآجال والجودة.

ب- برنامج امتياز: يهدف الى مواكبة 80 مؤسسة سنويا من بين المؤسسات الصغرى والمتوسطة ذات قدرات النمو الواعدة والتي تحمل مشاريع تنموية ابتكارية، وذلك لتمكينها من رفع التأثير البنيوي في القطاع الذي تشتغل فيه.وتلتزم الدولة بدعم هذه المقاولات من خلال منحها دعما لاستثماراتها يصل إلى % 20من إجمالي الاستثمار المادي وغير المادي محددا بسقف 5ملايين درهم على أن توفر المؤسسة حدا أدنى من التمويل الذاتي يوازي 20%، في حين يتم تمويل 60 %من القروض المصرفية[63].

فدرالية مهنيي تكنولوجيا المعلومات :أسست سنة 1989وترأسها سلوى كركزي.تتجلى مهمتها في تطوير قطاع المعلومات ولعب دور الوساطة بين الفاعلين العموميين وشركائها، كما تعمل على دمج الجيل الجديد من المؤسسات ودعم الإبداع والبحث والتطوير ومواكبة أعضائها لتنمية مشاريعهم .وتسعى إلى لعب دور أساسي في تنفيذ استراتيجية المغرب الرقمي باعتبارها فاعلا أساسيا في القطاع64.

وفي ذات السياق، وضعت الفدرالية استراتيجية على المدى القصير 2018-2020، ترتكز على شراكتها مع وكالة التطوير الرقمي في إطار الإستراتيجية الرقمية الوطنية لتكوين وتأطير الإدارات والمؤسسات الصغرى والمتوسطة لتسهيل رقمنتها .هذا بالإضافة إلى رهان الإقلاع بالمؤسسات الناشئة من خلال تعزيز الشراكات في بيئة الأعمال، إنشاء إطار قانوني وضريبي يقوننها ثم خلق منصة موحدة "One Stop Shop"مخصصة للمؤسسات الناشئة.ولمواكبة تحولات الثورة الرقمية، تسعى الفدرالية لتأسيس خلية اليقظة الرقمية لتجويد خدمتها، ومن ثم الانخراط في معالجة

---

[63] الكتاب الأبيض،مرجع سابق، ص 12

64 موقع فدرالية مهنيي تكنولوجيا المعلومات، https://bit.ly/2HpwWim

إشكالية الموارد البشرية في قطاع المعلومات بتشجيع التأهيل وتمكين الشباب من الاندماج المهني في هذا المجال.

إناكتس المغربEnactus Maroc: عضو منظمة إناكتس الدولية التي تسعى إلى تنمية وتطوير مهارات طلاب الجامعات الشباب وتقوية روح المبادرة وخلق المشاريع التنموية.انضم المغرب للشبكة سنة 2003، وهي تنشط في أكثر من 72جامعة ومدرسة عليا في جميع أنحاء المملكة، كما تشتغل مع القادة في مجال الأعمال التجارية والتعليم العالي. وقد عملت منذ تأسيسها على مواكبة أكثر من 20.000 طالب وطالبة وذلك عن طريق تفعيل أكثر من 200مشروع سنويا[65].

شبكة Entreprendre Maroc: هي جمعية تأسست سنة 2006، بمبادرة من أرباب الشركات الكبرى، تهدف إلى تقديم الدعم للمؤسسات الناشئة.تتواجد حاليا في 8 مدن: الدار البيضاء، مراكش، الرباط، أكادير،الجديدة، خريبكة ،بنغرير وطنجة.تعمل الشبكة على[66]:

- تقديم قروض شرفية، دون فوائد و دون ضمانات تسدد على مدى 5سنوات.
- مرافقة حاملي مشاريع المؤسسات.
- المساهمة في نجاح المقاولين الجدد خصوصا خالقي فرص الشغل و الثروات.
- تثمين وإغناء مشاريع المقاولين الجدد بخبرة أرباب العمل المعتمدين.

ستارت اب ماروك :[67]منظمة ذات هدف غير ربحي تلتزم بتعزيز ثقافة أعمال مغربية، حية وحركية.وعلى المدى البعيد، تطمح ستارت اب ماروك إلى أن تصبح مرجعا حقيقيا على المستوى الوطني لتحفيز تنمية المؤسسات والابتكار كقيمة أساسية في مجتمعنا.ومن أجل ذلك تولي المنظمة أهمية كبرى لخطوات ملموسة عبر شراكاتها مع فاعلين وطنيين ودوليين معروفين. أطلقت المنظمة كذلك برنامجها الطموح 2014/2015 الذي بني على ثلاث مراحل:

---

[65] الموقع الرسمي لاناكتيس المغرب

[66] الموقع الرسمي للمركز الجهوي للاستثمار لجهة الدارالبيضاء -سطات

[67] مرجع سابق

أ- مرحلة التلقين : خلق ثقافة المؤسسات الشابة عبر تلقين الشباب الحس المقاولاتي عبر تنظيم ستارت اب ويكند المغرب (Start up Week end Morocco)، وهو حدث عبارة عن جولة وطنية في 12مدينة من المملكة،

ب- مرحلة ما قبل التسارع : مرافقة المقاولين الشباب نحو تجسيد أفكارهم على أرض الواقع و إنشاء مشاريع قابلة للتطور بإمكانها أن تصبح مقاولات شابة مربحة مستقبلا،وذلك عبر مسابقة كأس ستارت أب ماروك،

ج- مرحلة التسارع : تسريع تطور المؤسسات الشابة الموجودة وربطها بالفاعلين من الشركات الوطنية والدولية عبر مسابقات التسارع Get in The Ring و Business Creative Cup وFuture Agro Challenge .

الشبكة المغربية لاحتضان المؤسسات :تهدف هذه الشبكة إلى تشجيع خلق المؤسسات المبتكرة عن طريق احتضانها وتقديم الدعم لها.ويتمثل الدعم الذي تقدمه لحاملي المشاريع في:

- دعم مالي يمكن أن يصل إلى 230.000درهم.
- مرافقة المشروع من الناحية المالية والقانونية.
- الربط بشبكة مهمة من الخبراء و الشركاء و المستثمرين.

أما بالنسبة لحاملي أفكار المشاريع فيستفيدون من التوجيه والمساعدة في صياغة المشروع إضافة إلى الدخول إلى هيئات خاصة بإنشاء المؤسسات.

نيو وورك لاب New Work Lab: يعمل منذ تأسيسه سنة 2012 على تحفيز، تأطير ومواكبة حاملي المشاريع لتسريع خلق الشركات الناشئة وتطوير مهارات وريادة الشباب المغاربة.كما يشكل حلقة وصل بين المؤسسات والشركات الكبرى من ناحيةوالصحافة والخبراء في مجال الإعلام من ناحية أخرى.

"ستارت أب يور لايف" Startup Your Life : تعنى ببناء البيئات الريادية للشركات الناشئة في المغرب وهي الشريك الإداري لصندوق "آوت لايرز فينتشرز" Outlierz Ventures، وهو صندوق للتمويل الأولي في إفريقيا.تأسست مؤسسة ستارت أب يور لايف سنة 2013 بهدف

تطوير البيئة الريادية في المغرب وإنشاء شبكة تضم رواد الأعمال والجهات المعنية لإنشاء حلقة تواصل وإتاحة الفرصة للتعلم من تجارب بعضهم البعض.وفي عام 2017، لاحظت كنزة لاهلو الشريك المؤسس لهذه المؤسسة أن عدد الشركات الناشئة التي حققت معدل نمو مرتفعاً لا يزال قليلًا. فما كان منها إلا أن شاركت في إطلاق صندوق آوت لايرز واستقطبت نخبة من المستشارين والجهات المعنية لدعم هذا الصندوق. ومن بين الأشخاص الذين استعانت بهم على سبيل المثال مايكل سيبيل، الرئيس التنفيذي لشركة "واي كومبينيتورY Combinator" وحسن حيدر، الشريك في صندوق 500شركة ناشئة في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا.[68]

سوس ماسة مبادرة: هي جمعية تأسست سنة 2007باقتراح من وزارة الصناعة والتجارة، وبمبادرة من مجلس جهة سوس ماسة درعة وغرفة التجارة والصناعة والخدمات في مدينة أكادير . تهدف إلى منح قروض دون فوائد أو ضمانات مع ضمان المواكبة الفردية واحتضان المستفيدين بهدف التشجيع على خلق مشاريع ومؤسسات لتنمية المنطقة.

وفي شهر اذار 2019 أبرمت الجمعية اتفاقية شراكة وتعاون مع مجلس جهة سوس ماسة، الذي خصص صندوقا ماليا يقدر ب 10مليون درهم لتطبيق بنود الاتفاقية. وأكد محمد المودن، رئيس جمعية مبادرة سوس ماسة أن هذه الاتفاقية ستمكن من دعم 200 مقاولا سنويا بعد أن كانت المؤسسات المستفيدة من القروض بدون فائدةفي السنوات الماضية لا تتعدى 60 مؤسسة سنويا.[69]

عموما، تعمل معظم هذه المؤسسات على إعداد مشاريع تشاركية ابتكارية بالتعاون مع الجامعات ومراكز البحث والتطوير لتهيئة مناخ مالي يشجع حاملي المشاريع المبتكرة على إيجاد مصادر التمويل في مختلف مراحل حياة المشروع تستجيب للمعايير المتعارف عليها دوليا.إضافة إلى أن هذه المبادرات تشجع على تحديث آليات عمل المؤسسات الصحفية في إطار شراكات بين القطاع العام والخاص. إلا أن الكتاب الأبيض للصحافة الالكترونية المغربية الذي يستمد معطياته من واقع الممارسة يحيل إلى أن قطاع الصحافة الإلكترونية المغربية لا يستفيد بشكل ناجع وواضح ومنظم من جهود وبرامج هذه المؤسسات.

وتظل الصحف الإلكترونية بشكل عام عبارة عن مواد أو مواقع ناتجة عن مجهود فردي، وبوسائل تمويلية وتكنولوجية ضعيفة، وهو ما يسائل طبيعة الاستراتيجيات والبرامج المتبناة كسياسة عمومية لدعم

---

[68] رين فرحات، 'إفريقيا :فرصة ضائعة للمستثمرين في العالم العربي؟'، مقال نشر على موقع **ومضة** بتاريخ 30ماي 2018

[69] المودن :جمعية مبادرة سوس ماسة توسع وعاء المستفيدين من القروض بدون فائدة'، مقال نشر على موقع مشاهد بتاريخ 12مارس 2019

التوجهات التكنولوجية في هذا القطاع.وفي إطار تشجيع المؤسسات الرقمية، تم إدراجها في منظومة الدعم المباشر الذي تقدمه الدولة للصحافة حيث استفادت 16جريدة الكترونية من الدعم عام 2018.

خامسا:الإطار القانوني لتنظيم المؤسسة الإعلامية الرقمية

ان تنامي عدد المؤسسات الإعلامية الناشئة في السنين الأخيرة، جعل الحاجة ملحة لإعداد قانون ينظمها.عام 2016، أصدرت الحكومة المغربية قانونا جديدا يتعلق بالصحافة والنشر، تناولت الكثير من مواده إشكالية الصحافة الإلكترونية .وقد تباينت الآراء حول بنوده فهناك من يرى فيه قانونا شاملا يحد من الفوضوية التي تطبع المشهد الإعلامي الرقمي وهناك من يرى على أنه مؤامرة تهدف لمنع المؤسسات الرقمية والحد من تأثيرها وبالتالي التضييق على حرية الصحافة والتعبير .

1- إنشاء صحيفة الكترونية

عرّف القانون الجديد الصحافة الإلكترونية على أنها إصدار يجري بانتظام ويتم باسم نطاق خاص بالصحيفة الإلكترونية ونظام لإدارة المحتوى موجه للعموم عبر شبكة الانترنت وعبر الاليات التكنولوجية الحديثة التي تشكل امتدادا لها .

لقد حاول القانون تقنين المؤسسات الإعلامية الرقمية من خلال وضع ضوابط وإجراءات تخص إنشاءها وتنظيم سير عملها وفرض العقوبات عليها.كما جعلها تخضع في انشائها لنفس الشروط المقررة في انشاء الدوريات المطبوعة، سواء فيما يخص شكل التصريح عنها أو فيما يخص المواصفات التي يجب أن تتوفر في مدير نشرها[70]. فالمادة 21 تنص على التصريح بنشر أي صحيفة إلكترونية خلال 30 يوما السابقة ليوم الصدور، يودع هذا التصريح لدى وكيل الملك المحكمة الابتدائية في النطاق الذي يوجد فيه المقر الرئيسي للمؤسسة الصحفية .

ان من شأن التسجيل الإجباري عرقلة مبادرات إنشاء المؤسسة الإعلامية، اذ أن التوجه السائد في العديد من الدول يقوم على أساس التسجيل الاختياري.وفي مداخلة لعبد البقالي، عضو نقابة الصحافة المغربية في برنامج "مباشرة معكم" الذي يبث على القناة الثانية في الحلقة المعنونة "مشروع الصحافة أي جديد"، أقر

[70] الخلفي، اليزيدي، لمخوض، السفياني،'قراءة في قانون 13-88المتعلق بالصحافة والنشر، بحث أكاديمي، 2017-2018، ص 8

على أن التوجه الذي اعتمده القانون الجديد في التعامل مع الصحف الرقمية يتنافى مع المعايير الحقوقية والقانونية المتعارف عليها دوليا والمقررة من قبل العديد من المنظمات الدولية والهيئات الأممية المعنية بالدفاع عن حقوق الإنسان وضمنها الحق في الصحافة والإعلام .

وفي حالة تأسيس صحيفة إلكترونية من دون تصريح، يعاقب مالكها بغرامة مالية تتراوح ما بين 2000 و 10000 درهم، وفقا للمادة 24.

ووفقا للمادة 34، تستفيد الصحيفة الالكترونية من امتداد اسم النطاق الخاص بالصحافة بالمغرب (press.ma) فيكون مدخلا لمضمونها الإعلامي إضافة إلى استفادتها من التدابير التحفيزية العمومية المخصصة للقطاع.ما فيما يتعلق برخصة التصوير الذاتي، فالمادة 25 توضح استفادة الصحيفة الإلكترونية التي استوفت شروط المادة 20 من تصريح للتصوير الذاتي، معطى من المركز السينمائي المغربي، صالح لمدة سنة قابلة للتجديد، للإنتاج السمعي البصري الموجه لخدمة الصحافة الإلكترونية .

بالعودة إلى المادة 15، يفرض القانون أن يكون لكل صحيفة مدير للنشر "يجب أن يكون لكل مطبوع دوري أو صحيفة إلكترونية أو أية دعامة إلكترونية أخرى مدير للنشر ."والذي يجب أن تتحقق فيه العديد من الشروط، لعل أهمها امتلاك صفة الصحفي المهني.ويعرّف هذا الأخير على أنه كل شخص يزاول مهنة الصحافة بصورة رئيسية ومنتظمة ويكون أجره الرئيسي من مزاولة مهنة الصحافة.هذا التعريف يقصي ضمنيا العديد من الصحف الالكترونية التي يديرها أشخاص يتقاضون أجرهم من مزاولة مهنة أخرى غير الصحافة.

2- هامش حرية الصحافة والتعبير في ظل القانون الجديد

من بين ما يثير الجدل في القانون، هو تحميل المسؤولية لمدير النشر عن كل ما قد يصدر عن الصحيفة التي يديرها بما في ذلك مقالات الرأي المنشورة وتعاليق المتصفحين المرافقة للمحتويات الإعلامية، وإجباره على الكشف عن هوية أصحاب المقالات لدى وكيل الملك عند الاقتضاء، وإلا اعتبر بمثابة صاحب هذا المقال.كما تلزم المادة 36 مدير النشر بوضع آليات لمراقبة تعاليق الزوار، الأمر الذي سيقف عائقا أمام تطور الصحافة الالكترونية.فعوض البحث عن الآليات الكفيلة بتطوير مؤسسته الصحفية سينشغل مدير النشر بالتحقق من هوية المتفاعلين .

فيما يخص العقوبات، فعلى الرغم من أن قانون الصحافة والنشر الجديد لا يتضمن عقوبات بالسجن إلا أنه يعاقب الصحف الإلكترونية بغرامات ثقيلة .حسب المادة 72 يعاقب بغرامة من 20.000 إلى 200.000 درهم كل من قام عن سوء نية بنشر أو إذاعة أو نقل نبأ زائف أو ادعاءات أو وقائع غير صحيحة أو مستندات مختلقة إذا أخلت بالنظام العام أو أثارت الفزع بين الناس، بأية وسيلة من الوسائل ولا سيما بواسطة الخطب أو الصياح أو التهديدات المفوه بها في الأماكن أو الاجتماعات العمومية وإما بواسطة المنشورات والمطبوعات الموزعة أو المعروضة للبيع أو المعروضة في الأماكن أو الاجتماعات العمومية وإما بواسطة الملصقات المعروضة على أنظار العموم، أو بواسطة مختلف وسائل الإعلام السمعية البصرية أو الإلكترونية وأية وسيلة أخرى تستعمل لهذا الغرض دعامة إلكترونية.كما تعاقب المادة 81 على الإساءة لشخص وكرامة رؤساء الدول ورؤساء الحكومات ووزراء الشؤون الخارجية للدول الأجنبية من قبل الصحيفة، بغرامة تبدأ من 100 ألف درهم وصولًا لـ300 ألف درهم.في هذا الصدد يعتبر الداديسي أن قانون الصحافة والنشر المغربي، يتضمن آليات قد تعرقل حرية التعبير والصحافة، وترهب كل من يفكر في إنشاء مؤسسة صحفية رقمية، مضيفًا أن هذا القانون "قد شدد الخناق على الصحافة، خاصة الصحافة الإلكترونية، ورسم مستقبلًا قاتمًا يهدد وجود آلاف المؤسسات الإعلامية الرقمية [71]"

سادسا:واقع حرية الإعلام بالمغرب

احتل المغرب الرتبة 135، من بين قائمة تضم 180 بلدا في مؤشر حرية الصحافة.وفق التقرير الأخير لمنظمة مراسلون بلا حدود، والذي أفاد بأن سنة 2018 تميزت بضغوط قضائية شديدة على الصحفيين المغاربة، ورفع دعاوى قضائية عديدة استهدفت صحفيين مواطنين وصحفيين محترفين، إضافة إلى طرد عدد من الصحفيين الأجانب.

وصنف تقرير منظمة فريدوم هاوس المغرب في خانة الدول الحرة جزئيا، بعد حصوله على 11 نقطة من أصل 25 في الوصول إلى المعلومة، و 10 نقاط من أصل 35 نقطة في مؤشر تقييد المحتوى، و 24 نقطة من أصل 40 في مؤشر انتهاك حقوق مستعملي الإنترنت. وأفاد التقرير "إن المغرب مر بالعديد من الأحداث جعلته يتراجع في مؤشر حرية الإنترنت، من بينها اعتقال مئات الأشخاص بينهم مجموعة من

[71] مقال يحمل عنوان 'الصحافة الالكترونية في المغرب ...ضحية جديدة لتقنين قمع الحريات 'نشر بجريدة إلترا صوت الإلكترونية بتاريخ 31أيلول 2017

الصحفيين بسبب نشرهم محتوى له علاقة باحتجاجات حراك الريف[72]". وأضاف التقرير أن "السلطات المغربية تستخدم وسائل دقيقة للحد من المحتوى عبر الإنترنت وانتهاك حقوق المستخدمين، حيث تفرض قوانين صارمة تتعلق بالإرهاب وغيرها من الأمور تؤدي في غالب الأحيان إلى إغلاق مواقع إخبارية، فضلا عن انتشار الرقابة الذاتية ومحاكمة الصحافيين البارزين، وفرض ضرائب على الإعلانات الرقمية[73]."

وقد سبقت هذه التقارير دراسة لمؤسسة NOVACT سنة 2017 حول حدود حرية التعبير في المجال الرقمي، والتي أفادت بأن حرية التعبير في المجال الرقمي بالمغرب شهدت تراجعا ملحوظا.وأشارت الدراسة، إلى الاعتقالات التي طالت عددا من الصحافيين العاملين في المواقع الإلكترونية والمدونين، وكذلك الناشطين على مواقع التواصل الاجتماعي خلال الآونة الأخيرة، وتحديدا بعد اشتداد أزمة الريف[74].

وفي رد على هذه الانتقادات، أقرت وزارة الاتصال في تقريرها عن حرية الصحافة بالمغرب 2018، أن جهودها على عدة مستويات تتركز على المعايير الدولية المعتمدة لضمان بيئة ملائمة للممارسة الصحفية في البلاد.فعلى مستوى تتبع الضمانات المرتبطة بحرية الصحافة، لم يتم تسجيل أية حالة لتنصت على الصحافيين أو وضعهم تحت المراقبة، كما أنه لم تسجل أية حالة لمطالبة أي صحافي عن الكشف عن مصادر خبره، احتراما لسرية المصادر.وفي إطار تعزيز الممارسة القانونية للصحافة الرقمية، ارتفع عدد الصحفيين العاملين في هذه االمؤسسات الحاصلين على بطاقة الصحافة من 98 صحفيا سنة 2015 إلى 276صحفيا سنة 2016، ثم 349 صحفيا سنة 2017 ليصل إلى 535 صحافيا سنة 2018[75] .

وفي سعيها لضمان حرية الصحافة، كما ورد في تقرير الوزارة، جهدت الدولة لإنشاء المجلس الوطني للصحافة بموجب القانون 90.13 والذي اوكلت إليه مهمة التنظيم الذاتي للمهنة وتطوير الحوكمة الذاتية للقطاع، ثم السهر على صيانة مبادئ المهنة والعمل وفق ميثاق أخلاقياتها والقوانين المنظمة

---

[72] مقال يحمل عنوان'المغرب :تقرير فريدم هاوس غير دقيق وغير موضوعي'، نشر بصحيفة أصوات مغاربية الإلكترونية، بتاريخ 07تشرين الثاني 2018

[73] نور الدين إكجان، 'تقرير "فريدوم هاوس "الدولي :الحرية ضعيفة على الأنترنيت في المغرب 'مقال نشر بالجريدة الإلكترونية هسبريس، بتاريخ 03تشرين الثاني 2018

[74] دراسة :حرية التعبير في المحال الرقمي بالمغرب تراجعت في 2017، مقال نشر على موقع Tanmia.ma، بتاريخ 24 ايلول2017

[75] تقرير "مؤشرات حرية الصحافة بالمغرب "2018، الصادر عن وزارة الاتصال بتاريخ 03أيار2019، ص 14

لها.وقدعقدأعضاءالمجلسبتاريخ 05 تشرين الاول 2018 جلسة خصصتلانتخابرئيسالمجلسونائبه[76]، وبهذا يكون قد تم وضع إطار مؤسساتي لهيكلة قطاع الإعلام في المغرب.

وعلى مستوى مسلسل انفتاح المغرب على الخارج والإعلام الأجنبي، تم اعتماد 86 مراسلا ومصورا من مختلف الجنسيات والقارات سنة 2018 يمثلون 49 مؤسسة إعلامية أجنبية.كما تم استصدار 894 رخصة للتصوير، سنة 2018، لصالح شركات إنتاج وطنية ودولية وقنوات تلفزيونية أجنبية.وبتاريخ 25 تموز 2018، نشر بالجريدة الرسمية مرسوم يتعلق بطرق منح الإذن الخاص بإحداث أو نشر أو طبع أي مطبوع دوري أجنبي.وهو ما شجع عدة منابر أجنبية على توزيع مطبوعاتها في المغرب، إذ بلغ عدد المطبوعات ما يزيد على 2000 عنوان أجنبي بمختلف اللغات[77] .

ويشير التقرير الى ان الوزارة تجهد لتطبيق مقتضيات المعاهدات والاتفاقيات المتعلقة بتعزيز حرية التعبير وحرية الصحافة والاتصال السمعي البصري بشكل قوي، وإعادة النظر في الترسانة القانونية المنظمة للقطاع عبر تحسينها وتجويدها، واتخاذ التدابير العملية القابلة للترجمة على أرض الواقع والتي من شأنها أن تكفل الحماية لممارسة هذه الحريات والحقوق والنهوض بالقطاع.وقد رحبت الوزارة في عدد من المناسبات بإيفاد بعثة من المؤسسات الأممية الخاصة لرصد التطور والتقدم الحاصل في مجال حرية التعبير وحرية الصحافة والإعلام بالمغرب[78].

سابعا: الشركات الإعلامية الناشئة

على رغم التزايد المستمر لعدد الشركات الإعلامية الناشئة في المغرب، التي تصل الى 892 بحسب آخر إحصائيات وزارة الاتصال، فإنها غالبا ما تتسم بالطابع الإخباري المحض وتتناول مواضيع متنوعة .ارتأت هذه الدراسة اعتماد معايير مختلفة في انتقاء عينة البحث، إذ حرصت على اختيار مواقع ذات محتوى مبتكر، متجدد ومتنوع من حيث مجال التخصص وطريقة معالجة المواضيع ولغتها.

---

[76] مرجع سابق، ص 8
[77] مرجع سابق، ص 15
[78] مرجع سابق، ص 10

ستتناول هذه الدراسة سبع شركات إعلامية رقمية :اليوم ناس، قرايتي.كوم، لوديسك، جاوجاب، ولوف بوز(Welovebuzz)، كونسو نيوز (Conso news)، سمارت ميديا فوريو (Smarte Media4you) وستتطرق لنشأتها، نموذج أعمالها والتحديات التي تواجهها .

- **اليوم ناس LIOUMNESS MAGAZINE**

اليوم ناس، مجلة رقمية مستقلة، دورية تأسست في تشرين الثاني 2012وتمت تسوية وضعيتها القانونية سنة 2013. تبلورت فكرة إنشاء هذه الشركة سنة 2011 في خضم الأحداث التي طبعت المشهد السياسي العربي، فأراد بذلك كل من شامة الطاهري وريم القالدي إبراز الجانب الثقافي والابداعي للشباب العربي في الشرق الأوسط وشمال افريقيا الذي كان مغيبا في الإعلام التقليدي وإعادة هيكلة الخطاب المتداول عن المنطقة.هذه المنصة الرقمية تنقل الأعمال والمبادرات الإبداعية للشباب وبذلك تجسد صورةعن العالم العربي.

من هذا المنطلق، اكتشف القائمون على الموقع أن المبدعين، الذين كانوا موضوع المقالات، مازالت إبداعاتهم محدودة الانتشار.لذلك تقرر إنشاء وكالة استشارية في التواصل الثقافي تهدف إلى تعزيز إشعاع الفنانين، المهرجانات الثقافية والمؤسسات الثقافية وأنشطتها.وبعد تجربة ست سنوات في الإعلام الثقافي بدأت ترتسم ملامح ما يسمى بالهندسة الثقافية .

وفيما يخص محتوى المنصة، تقول شامة: "نحرص على إنتاج محتوى مبتكر وذي جودة من خلال المقالات، الفيديوهات والأفلام الوثائقية.كما نحاول أيضا مواكبة التنظيم الهيكلي لقطاع الثقافة في المغرب باعتباره رافعة أساسية لمعالجة الأزمة الاقتصادية والاجتماعية ."

يعتمد نموذج أعمال "اليوم ناس"على عائدات الوكالة الاستشارية التي تم إنشاؤها بموازاة نشاط المقاولة، وتضيف "اخترنا عدم اللجوء للاعلانات للحفاظ على استقلالية الخط التحريري للموقع و الاهتمام بالجانب الشكلي لمنح المتصفح تجربة مميزة ."

يشكل ضعف قطاع الثقافة في المغرب أبرز التحديات التي تواجهها الشركة خاصة وأن نشاطها مرتبط أساسا بالأنشطة الثقافية في البلاد.وأشارت شامة إلى أن "تجربتنا لم تتمكن من تطوير نشاطها لترقى الى مستوى تطلعاتنا، وذلك لقلة المؤسسات الثقافية التي يمكننا مواكبة أنشطتها وإستراتيجيتها التواصلية على

غرار المسرح الكبير بالرباط."ونظرا لانعدام الدعم للمبادرات الثقافية، ضعف التربية الثقافية وانحصار الاهتمام الثقافي في أوساط الطبقة المثقفة، فإن ذلك يضيق القاعدة الجماهيرية للمجلة ويفرض إنتاج المحتوى باللغة الفرنسية. وتضيف: في حين أن الأنشطة الثقافية مازالت حكرا على طبقة معينة في المجتمع، فإن أكبر رهاناتنا هو العمل على فئة وسيطة محبة للاستطلاع وجاهزة لدفع تعرفة بسيطة في سبيل الثقافة .ذلك "أننا لا نشجع مجانية الأنشطة الثقافية بل نرغب في تسهيل الوصول الى الثقافة وجعلها في متناول الجميع."

في ظل كل هذه التحديات استطاعت "اليوم ناس"وضع بصمتها في المشهد الإعلامي.وتؤكد شامة أن الجانب الربحي ليس من أولويات المؤسسة، إنما الأهم هو دعمها للمبدعين الذين تمكنوا فيما بعد بفضلها من المشاركة في عدة تظاهرات ثقافية، مساهمتها في خلق روابط قيمة وخلق أثر ايجابي في مسار أشخاص في حاجة للدعم وكذلك توسيع قاعدة جماهيرها .

قد يبدو إنشاء شركة إعلامية رقمية أمرا سهلا، إلا أنه يتطلب مهارات عديدة من أجل ضمان استمراريتها . وفي هذا الصدد، تؤكد شامة أن مهارات الكتابة الصحفية تكاد تكون منعدمة.إذ أن الملاحظ أنه غالبا ما تكون الرغبة في إنتاج محتوى وفير تطغى على حساب جودته فنجد رداءة في الأسلوب والتركيب ناهيك عن إشكالية الكتابة باللغات الأجنبية (الفرنسية والانجليزية)، كما تطرح أيضا مسألة الموضوعية والوفاء في نقل الحوارات(...). وتضيف: في ظل التطورات التكنولوجية الراهنة التي ساهمت في بروز صحافة المواطنة والتي أضفت صبغة جديدة على المحتوى الإعلامي، إلا أن ذلك قد أثر على أخلاقيات وقواعد مهنة الصحافة فباتت تتخبط في أزمة كما تؤكد شامة .

- **قرايتي.كوم**

قرايتي.كوم هي منصة رقمية في مجال التوجيه التربوي. تأسست سنة 2008 لكنها لم تباشر نشاطها الفعلي حتى سنة2014 حين قرر ثلاثة شباب في المرحلة الثانوية تأسيس هذه الشركة انطلاقا من تجربتهم الخاصة التي استشعروا من خلالها ضرورة خلق منبر إعلامي في مجال التربية والتعليم .

تهدف هذه المنصة لمواكبة التلاميذ في المرحلة الثانوية للتحضير لمباريات المدارس العليا والجامعات وتوفير المعلومات اللازمة لتسهيل اختيار مسلك الدراسة الجامعية بعد الحصول على شهادة

الباكالوريا.تجاوزت قاعدة جمهور المنصة الحدود المغربية لتصبح مرجعا في البلدان الافريقية الفرانكفونية، بنسبة متابعة 10%.

فيما يخص الموارد البشرية، يتشكل فريق عمل المؤسسة من 7 أشخاص من بينهم مهندسون في تطوير الويب، تقنيون مختصون في التصميم وإنشاء الفيديوهات إلى جانب محررين في الويب. وتجدر الاشارة إلى أن الموقع لا يضم صحفيين مهنيين كما هي الحال في باقي المواقع .

يرتكز نموذج أعمال موقع قرايتي.كوم على عائدات الإعلانات وبيع قاعدة بيانات زواره والمشتركين فيه، إذ يوفر للمعلنين معطيات رفيعة عن المستخدمين خاصة وأن الموقع يتوفر على قاعدة جماهيرية واسعة. هذا بالإضافة إلى الدعم المقدم من جانب المنظمات غير الحكومية (كالوكالة الفرنسية للتطوير الإعلامي).كما أنشأ الموقع منصة "Concourate.com"يتم من خلالها بيع دليل لتلاميذ البكالوريا للتحضير لمباريات الدخول الى المعاهد العليا.

ويعتمد الموقع في تشكيل مضمونه على وسائل التسويق الرقمية الحديثة كمواقع التواصل الاجتماعي، وتطبيقات الهاتف والنشرة الإخبارية التي تمكن من الانفتاح على أكبر عدد من المتابعين .

وذكر آدم بوهدمة، مؤسس الشركة، أن التطور المتزايد للتكنولوجيا يحتم ضرورة خلق محتوى مبتكر وتوفير خدمات مبتكرة لمواكبة متطلبات القراء ومواجهة المنافسة في السوق الإعلامية إضافة إلى هاجس الحفاظ على موارد دائمة لتمويل المؤسسة[79] .

وعن تقييم التجربة، يقول بوهدمة:"نعتبر أن تجربتنا ناجحة وتأخذ مسارها نحو التطور .وسر النجاح يكمن في كيفية اختيار فئة الجمهور المستهدفة والتوجه للاستثمار في مجال محدد مع ضرورة تجويد الخدمات المقدمة عن طريق تسخير وسائل اليقظة التكنولوجية على مواقع التواصل الاجتماعي وتحليل المعطيات التي توفرها.كما أن الحرص على تحليل تجارب المستخدمين للموقع (Feedback)والتواصل الدائم معهم عبر مختلف المنصات يجعل من التجربة الإعلامية ناجحة .»

- **لوديسك Le Desk.ma**

تأسس موقع لوديسك سنة 2015من طرف ثلاثة صحفيين:علي عمار، كريستوف غوغين وعمر راضي إلى جانب فاطمة الزهراء قدميري (مسيرة شركة Pulse Média المالكة لموقع لوديسك)، وعزيز عوادي

[79] مقابلة مع آدم بوهدمة، من بين مؤسسي موقع قرايتي.كوم

(رجل أعمال وتاجر تحف) مؤسسين-شريكين بناء على رغبة مشتركة لخلق منبر مهني ذي مصداقية ومبتكر.وهو موقع إخباري واستقصائي مستقل وتفاعلي يضطلع بتقديم تجربة إعلامية فريدة تضع في صلب اهتمامها معالجة القضايا التي تهم المواطنين بشكل مستقل ومهني .

وفي ظل ما يسميه مؤسس الموقع بـ"أزمة الخط التحريري للصحافة"الذي يشير إلى تهافت غالبية المواقع الالكترونية على تحقيق الشهرة على حساب جودة المحتوى، ارتأى لوديسك بناء نموذجه الاقتصادي على الاشتراك المدفوع (مقابل بدل اشتراك) لضمان استقلالية خطه التحريري عن التأثير الإعلاني والحفاظ على استمرارية الموقع.فضلا عن مساهمة رجل الأعمال عزيز عوادي في المؤسسة وله ثقله المادي.لكن بالنظر الى صعوبة الاعتماد على الاعلان كمصدر للتمويل، يبقى جزء مهم من محتواه غير مدفوع، ويكتفي الموقع بوضع تعريفة الاشتراك الشهرية أو السنوية لمن أراد الحصول على مقالات التحقيق والاستقصاء التي غالبا ما تضم معطيات حديثة حول القضايا العامة.

- **Welovebuzz**

في سن السابعة عشرة، اكتشف ادريس السلاوي شغفه بمجال الويب فأنشأ موقع Welovebuzze سنة 2010، الذي يعتمد على خلق محتوى مبتكر بعيدا عما هو متداول في الصحافة الرقمية المعهودة.فكما يوحي اسمه، يسعى الموقع إلى نشر فيديوهات وأخبار تثير ضجة في أوساط العامة.وبالنظر لطبيعة المواضيع التي يتناولها فقد تمكن من الوصول الى شريحة كبرى من جيل الألفية الثالثة، ما بين 18و 25 سنة، وبات يستقطب مليوني متابع كل شهر، و 15 مليون مشاهد كل أسبوع إضافة لما يزيدعن 60معلنا في قطاعات مختلفة[80] .

وهكذا فان النموذج الاقتصادي لهذه المؤسسة يرتكز بشكل أساسي على تسويق المحتوى أو ما يسمى بـ"Contenu Viral"، الذي يمكنها من استقطاب عدد مهم من المستشهرين، كما أن اعتمادها على مواقع التواصل الاجتماعي يزيد من حظوظها في توسيع قاعدة جماهيرها.وبالتالي فان إستراتيجية تموقعها في السوق الإعلامية جعل من تجربة Welovebuzz، فريدة من حيث محتواها، رؤيتها ومن كيفية تدبيرها للموارد المالية لضمان استمرارية الموقع .

هذا النجاح الكبير فتح شهية المؤسس لاطلاق منصة أخرى في مصر نظرا لأن سوق الإعلانات المصرية ومنطقة الشرق الأوسط بصفة عامة تتيح فرص أكبر لتطوير نموذج الأعمال.

---

[80] إحصائيات موقع start up.ma ، https://bit.ly/2Hrx3u1

- **Conso News**

يعتبر موقع Conso News، أول موقع خاص بالمستهلك في المغرب. تأسس سنة 2016من قبل نبيل توفيق.وهو يعالج المواضيع المتعلقة بالاقتصاد والمنتوجات والخدمات المقدمة للمستهلك في شتى القطاعات (مصارف، مواد غذائية، تعليم، الاتصالات...). يعمل الموقع على تزويد المواطن بمستجدات السوق الاستهلاكية كما يقدم نصائح في مجالات أخرى مثل السفر، الصحة، الجمال... لتنويع محتواه .ويضم الى نبيل توفيق في فريق العمل 5 صحفيين دائمين وآخرين كصحفيين أحرار.

عند تصفح الموقع يبدو تصميمه مبتكرا وخارجا عن المألوف، كما أنه يخصص أماكن عدة للاعلانات.وبالتالي فان تموقعه من خلال محتواه يساهم بشكل كبير في تحديد نموذجه الاقتصادي.ذلك أن شركات إنتاج المواد الاستهلاكية تبحث بشكل دائم لاستقطاب المستهلك حيثما كان وبالتالي تتاح له فرصة للاستفادة من حصة اعلانية مهمة .هذا وتعمل المؤسسة على تنويع مواردها المالية من خلال تنظيم المناسبات.

ولا تقتصر Conso news على نشر موادها في موقعها الالكتروني بل تعمد إلى إرسال نشرات إخبارية دورية للمشتركين إضافة لنشر المطبوعات.وأكد توفيق، مؤسس الموقع، أن من أبرز التحديات التي يواجهها هي كيفية إنتاج مادة إعلامية ذات جودة تمكنه من الوصول لأكبر عدد من القراء ثم تطوير وسائل اليقظة الرقمية[81] .

- **Jawjab جاوجاب**

تعد التجربة الإعلامية لجاوجاب من بين التجارب المميزة من حيث محتواها وخطها التحريري.إذ اختار مؤسسوها معالجة المواضيع التي تعتبر "تابوهات" في المجتمع المغربي وكذلك إضفاء صبغة فكاهية عليها، في قالب جديد بعيدا عن اللغة العربية والفرنسية التي تملئ صفحات الويب المغربي.إذ عمد المؤسسون إلى نشر مقالاتهم باللغة العامية المغربية وإنشاء مقاطع فيديو تثير ضجة لدى العموم .

بناء على تحليل الموقع يبدو تصميمه خارجا عن المألوف و عناوينه الرئيسية لا تسري عليها قواعد الاعلام الكلاسيكية.إضافة إلى كونه مؤسسة إعلامية إلا أنه أسس وكالة اعلان تقوم بإعداد سلسلة فيديوهات مثيرة للجدل كـ "ماروكيات، "marocaines"، "First Blood"، "Framed"... لكن سر نجاح الموقع يكمن

[81] مقابلة مع توفيق نبيل، مؤسس موقع Conso news

في استخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي التي تصل لعدد أكبر من المشاهدين وبالتالي يدر مداخيل مهمة على الموقع .

- **سمارت ميديا فور يو Smart Media4you**

منصة تكنولوجية تشاركية موجهة لتشجيع المبادرات الابتكارية (التواصل الرقمي للمؤسسات الاقتصادية والتنظيمات القطاعية ودعم ريادة الأعمال للشباب والحوكمة الرشيدة). تأسست سنة 2013 من قبل الخبير الإعلامي الحسين الساف.استطاعت حصد جائزتين خلال خمس سنوات فقط على تأسيسها، الأولى كانت سنة 2016 والأخرى سنة 2018. يتكون فريق المقاولة من 7صحفيين وممول،وتمتلك مهارات عالية في مجال الصحافة ، التقنيات الحديثة وتطوير الشبكة.

وبخصوص نموذج أعمالها، أكد الحسين الساف، المدير العام للمؤسسة، أن سمارت ميديا تستهدف الصحفيين والفاعلين الاقتصاديين عن طريق اشتراك شهري أو سنوي .

إذا كان المشترك صحافيا فهو يستفيد من:

- الدخول إلى جميع المواد الإعلامية .
- تكوين مستمر عن بعد في مجال التكنولوجيات الحديثة، مونتاج فيديو وصحافة البيانات الكبرى.
- محاضرات وبرامج عن بعد.
- اطلاق أسماء صحفية :من خلال نشر المحتوى باسم الصحفي الذي كتبه وليس باسم المنصة، الشيء الذي يسمح للصحفي بتطوير مساره المهني.
- توفير فرص العمل من خلال السماح للصحفيين بالقيام بالتغطيات الصحفية.
- تزويد الصحفيين بقاعدة البيانات الخاصة بالمقابلات.

أما بالنسبة للفاعلين الاقتصاديين (أصحاب الشركات الناشئة، المقاولون الذاتيون...)فهم يستفيدون من:

- الاستشارة في مجال التواصل.

- المساعدة في وضع استراتيجية تواصلية للتعريف بمنتجاتهم وخدماتهم.
- التسويق التشاركي:نشر الإعلانات،عرض وطلب الخدمات بين جمهور وشركاء المنصة.

ثامنا: الاهتمام الأكاديمي

بشأن الاهتمام الأكاديمي في مجال الإعلام، هناك في المغرب 35 مؤسسة تقدم تأهيلا متخصصا في مجالات الصحافة والاتصال والسمعي البصري والسينما والاعلان وبعض المهن ذات الصلة بميدان الإعلام، تتوزع بين 4 معاهد ومدارس عليا عمومية، و12 كلية توفر تأهيلا في مجال الإعلام والاتصال، ومعهدين عموميين للتكوين المهني، و10 مدارس ومعاهد عليا خاصة و7 معاهد ومراكز خاصة للتخصص المهني.[82]

ولتنويع التخصص قام المعهد العالي للإعلام والاتصال خلال السنة الجامعية 2017-2018 بفتح مسارين جديدين: ماستر للبحث يتعلق بـ "الإعلام والهجرة"وإجازة مهنية تتعلق بـ "الصحافة والتواصل الرقمي". ويهدف هذا العرض إلى تطوير المناهج التعليمية لملاءمتها مع التطورات التي يعرفها قطاع الإعلام والاتصال والاستجابة لمتطلبات السوق الإعلامي في مجالات: الإعلاميات، الويب، الشبكات الاجتماعية،... وقد انعكس تطور العرض على عدد الطلبة المسجلين بالمعهد حيث وصل خلال هذا الموسم الدراسي إلى 350 طالبا وطالبة.[83]

وفي السياق نفسه، أكد الأستاذ الجامعي حسن حمائز، المشرف على شعبة التحرير الصحفي بجامعة ابن زهر في أكادير أن التأهيل الصحفي لم يعد مقتصرا فقط على المعاهد والمدارس العليا إنما أظهرت تجربة الجامعة عن قدرتها على إنتاج صحفيين مؤهلين لمزاولة المهنة. وأشار إلى أن الجامعة اهتمت بشكل خاص بإدراج مادة اطلاق المؤسسات لتشجيع الطلبة على إنشاء مشاريعهم الخاصة. إذ 20% من خريجي هذا التخصص شقوا طريقهم لإنشاء مشروعهم الذاتي. كما يتم تشجيع الطلبة على خلق مبادرات جماعية لإطلاق تجارب إعلامية تمكن من خلق فرص شغل.

---

[82] تقرير مؤشرات حرية الصحافة لسنة 2018، صادر عن وزارة الثقافة والاتصال بتاريخ 03 ايار 2019

[83] تقرير مؤشرات حرية الصحافة 2018، مرجع سابق

وفي ظل عصر التكنولوجيا، لم يعد التكوين الصحفي المقتصر على تدريس تاريخ الصحافة وأساليب التحرير ومنهجية إعداد الروبورتاج والحوار كافيا لمواكبة التطور السريع للمعلومة وطرق تداولها. لقد بات أساسيا تحديث المواد المدرسة في المعاهد والجامعات والعمل على تمكين الطالب الصحفي من وسائل التطبيق العملي. انطلاقا من هذه التحولات، أبرمت جامعة ابن زهر اتفاقية مع معهد الجزيرة للإعلام بهدف تقديم دورتين تدريبيتين في السنة حول آخر مستجدات الصحافة في العالم، على سبيل المثال: صحافة "الموبايل"، صحافة البيانات الكبيرة "*Big data*"، الصحافة المتخصصة في قضايا الهجرة، التقنيات الحديثة للتصوير والمونتاج....

ومن اجل تطوير مهارات الصحفيين الممارسين، تم تنظيم دورات تكوينية ولقاءات تواصلية تتوجه الى العاملين بالصحف الالكترونية حول مستجدات مدونة الصحافة والنشر وأخلاقيات المهنة بشراكة مع المهنيين في كل من المناطق التالية: الجهة الشرقية وجهة الداخلة وادي الذهب وجهة طنجة تطوان الحسيمة وجهة سوس ماسة وجهة مراكش آسفي وجهة فاس مكناس.[84]

كذلك، وبهدف دعم القدرات المهنية والمعرفية لمهني القطاع الإعلامي، قام العديد من المختصين في مجالالإعلام والاتصال، صحافيون، خبراء التقنيات الحديثة ورجال القانون بتأسيس مركز الابتكار الإعلامي وريادة الأعمال. يهدف هذا المركز إلى إلى تشجيع الإعلاميين الشباب على ابتكار أشكال إعلامية جديدة، ومواكبة مشاريع خلق مؤسسات إعلامية جديدة، وطنيا ومناطقيا، إضافة إلى الإسهام في تأهيل المؤسسات الإعلامية التي تعاني صعوبات، عن طريق تنظيم دورات تأهيل للصحافيين في مجالات الصحافة الرقمية ومنظومة القوانين الوطنية والدولية في مجال الصحافة والنشر الالكتروني والأمن المعلوماتي وحماية المعطيات الشخصية والضوابط والمعايير المعمول بها وطنيا ودوليا لجعل عمليات النشر على بيئة الانترنت عملية مسؤولة وهادفة تخدم تواصل مختلف فئات المجتمع.إضافة إلى تأطير حاملي المشاريع والمبادرات الإعلامية بالتقنيات المتطورة والخبرات، التي تسمح لهم باستخدام أحدث تكنولوجيا

[84]مرجع سابق

المعلومات والاستفادة منها باستثمارها لريادة الأعمال في مجال الخدمات الإعلامية ذات الجودة والمدرة للدخل، وتشجيعهم على خلق مؤسسات ناشئة أو االعمل في إطار نظام المؤسسة الفردية[85].

تاسعا: التحديات التي تواجه المؤسسة الإعلامية الرقمية الناشئة

التحدي التكنولوجي: ترتبـط الصحافـة الإلكترونية بشـكل وثيـق بالتقنيات الجديـدة، مستثمرة بذلـك وبشـكل أساسـي خاصيـة التفاعليـة المتعـددة الوظائـف التـي تميزهـا، لدرجـة يمكـن معهـا توصيـف العمـل فـي مجـال الصحافـة الإلكترونية بــ "التكنـو -صحفـي"وهـو مـا يعنـي أن الدعامـة التكنولوجيـة تقـع فـي صميـم القضايـا الملحـة لتأهيـل قطـاع الصحافـة الإلكترونية[86].

تحدي تطوير المحتوى: يعتبر تطوير المحتوى من أهم التحديات التي تواجهها المواقع الإخبارية، فالحفاظ على استمراريتها مقرون بالابتكار في إنتاج محتوى يرقى إلى تطلعات المتابعين.والملاحظ أن المؤسسات الإعلامية الرقمية الناشئة المغربية تغفل هذا الجانب فهي تعتمد في أغلب الأحيان على النسخ واللصق ممـا ينجـم عنـه إعـادة إنتـاج المضاميـن نفسها.

تحدي جلب المعلنين :صعوبة استقطاب المعلنين، نظرا للاحتكار السائد في سوق الإعلانات، إضافة إلى أن المستثمرين ما زالوا يشعرون بعدم الثقة تجاه المؤسسات الإعلامية الناشئة.

تحدي التأهيل المستمر :من بين التحديات التي تواجه المقاولات الإعلامية الرقمية هو عدم توافر صحفيين يملكون قدرات فعلية في المجالات المرتبطة بالكتابة الإلكترونية.كما أن معظم الجامعات والمعاهد لا تعمل على تكوين خاص بالإعلام الجديد وتطبيقاته.

التحدي الاقتصادي :تذكر أوضـاع الصحافـة الالكترونيـة المغربيـة اليـوم، علـى مسـتويات عـدة، بتلـك الوضعيـة التـي كانـت عليهـا الصحافـة الورقيـة فـي تسـعينيات القـرن العشـرين:آمـال

---

[85]مقابلة مع الحسين الساف، أستاذ في المعهد العالي للإعلام والاتصال، عضو فدرالية التكنولوجيات والاتصال والأوفشورينغ، مؤسس شركة سمارت ميديا، نائب رئيس مركز الابتكار الإعلامي وريادة الأعمال، كما أنه عضو اللجنة التي سهرت على إنجاز الكتاب الأبيض

[86]الكتاب الأبيض ص 11

عريضـــة فـــي مجـــال المعاملات المـدرة للدخل، كثـرة الوافديـن الجـدد، عـدم كفايـة رؤوس الأموال، غمـــوض فـــي الأفـــق و المســـتقبل، وارتبـــاك فـــي الجوانـــب التنظيميـــة الناتـــج أساســـا عـــن غيـــاب التأطير القانونـــي للقطـــاع كمـــا يســـجل أن معظـــم الصحـــف الإلكترونيـــة تشـــتغل بعيـــدا عـــن مفهـــوم المؤسسة الصحفيـــة، ذلـــك أن الصحـــف الإلكترونية التـــي تشـــتغل كمؤسسة تظـــل عدديـــا قليلـــة، بـــل إن معظـــم الصحـــف الإلكترونيـــة تعمـــل بصفـــة غيـــر نظاميـــة أو تطوعيـــة.وتحـــاول بضـــع عشـــرات مـــن المؤسسات التـــي تديـــر مواقـــع إلكترونيـــة إخباريـــة إيجـــاد تـــوازن مالـــي مـــن خـــلال حلـــول فرديـــة، لكـــن بتفـــاوت كبيـــر بيـــن وضعياتهـــا [87] .

عاشرا: التوصيات[88]

1- توصيـــات مـــن أجـــل التأهيـــل التكنولوجـــي:

- إنجاز دراســـة تشـــخيصية للواقـــع التكنولوجـــي للصحافـــة الإلكترونيـــة المغربيـــة بالتعـــاون مـــع «المركـــز الوطنـــي لتكنولوجيـــا المعلومـــات».
- إحداث صنـــدوق خـــاص للدعـــم التقنـــي والتدريـــب وتأهيـــل الكفـــاءات، يســـتهدف ضمـــان تحكـــم أفضـــل فـــي اســـتخدام الركائـــز التكنولوجيـــة.
- تمكيـــن الصحافـــة الإلكترونيـــة، فـــي إطـــار استراتيجية المغـــرب الرقمـــي، مـــن الاستفادة مـــن آليـــات الدعـــم العمومـــي والمواكبـــة التكنولوجيـــة وتأهيـــل القطـــاع.

2- توصيـــات مـــن أجـــل التأهيـــل الاقتصادي:

- الابتكار في خلق أساليب جديدة لتحقيق التمويل الذاتي، بشكل يجعل المؤسسة مستقلة عن المعلنين.
- تبني نماذج أعمال جديدة للتحقيق الاستمرارية والتطور للمؤسسات الناشئة.
- تعزيـــز فـــرص اســـتفادة ناشـــري الصحافـــة الإلكترونيـــة مـــن الدعـــم العمومـــي المرصـــود للصحافـــة.
- انشاء صنـــدوق للضمـــان خـــاص بالصحافـــة الإلكترونيـــة يرعـــى أيضـــا تثميـــن المـــوارد البشـــرية المشـــتغلة فـــي القطـــاع، كمـــا يتولى تأهيل العاملين في القطاع وضمان التأهيل المستمر.

---

[87] الكتاب الأبيض، ص 17

[88] مقابلة مع الحسين الساف ، كوثر بورمانة وهو عضو الحاضنة KHOURIBGA SKILLS، عبد الفتاح نيت الغازي وهوحاصل على الدكتوراه في ريادة الأعمال، المؤسس -الشريك 3C LABACOMلمنتجي المحتوى المبتكر، سفيان حميداشوهو المؤسس -الشريك 3C LABACOMلمنتجي المحتوى المبتكر، سعيد مطعيش وهوممثل عن aroc PME

- إعفـاء الأشخاص المســاهمين فــي رأســمال الصحيفة الإلكترونية مــن الضريبــة علــى الدخــل.
- العمـل علــى تثميــن الصحافــة الإلكترونية كوسيلة اعلانية، ورفــع ثمن الوحــدة الاعلانية.
- تخفيـض الضريبــة علــى البحــوث التطويريــة بهدف تشـجيع مؤسسات الصحافة الإلكترونية علـى الابتكار ما أجل تحديـث القطــاع وتأهيلــه.
- توقيع شـراكة بين وزارتـي الاتصال والتعليم العالــي والبحــث العلمــي وتكويــن الأطر بهــدف اســتعانة المؤسســات الصحفيــة الالكترونيــة بالمؤسســات الجامعيــة المتخصصــة فــي مجــال البحــث والتطويــر.

3- توصيــات مــن أجــل تطويــر المحتــوى

- صناعــة المعلومــات والمعرفــة (تطويــر محتــوى رقمــي جيــد علمــي وثقافــي وتعليمــي وتربــوي واقتصــادي واجتماعــي).
- تشــجيع الباحثيــن والمختصيــن علــى صناعــة المحتــوى الرقمــي ونشــر المراجــع لاســتثمارها فــي المــواد العالميــة.
- تنشـيط قـدرات وتقويـة المـوارد البشـرية فـي مجـال التكنولوجيـا الحديثـة.
- تنميــة فــرص الإبداع والابتكار فــي صناعــة المحتــوى الرقمــي ووضــع مؤشـرات لرصــده وتقييــم إثرائــه.
- دعــم إنتــاج كل محتــوى رقمــي إخبــاري مغربــي متعــدد اللغــات لــه القــدرة علــى المنافســة عربيــا وإقليميــا وعالميــا.
- خلق محتوى ذي جودة، يستجيب لتطلعات الزوار والمتابعين.
- تجنب النسخ واللصق من المواقع الأخرى.
- تنويع قنوات بث المحتوى(مواقع التواصل الاجتماعي، البريد الالكتروني...).
- التحديث المستمر لمحتوى الموقع.
- تنويع المحتوى.

4- توصيــات مـن أجـل تعزيــز التأهيل

- حــث مؤسســات التحصيل العالي علــى برمجــة الصحافــة الإلكترونية كمــادة قائمــة بذاتهــا فــي مختلــف المســتويات.
- وضــع إستراتيجية للتأهيل الأساسي والتأهيل المســتمر تشــمل كل التخصصــات المرتبطــة بالتكنولوجيــا الرقميــة والصحافــة الإلكترونية وخلــق معهــد متخصــص فــي تكويــن مهندســين فــي مجــال الانترنت لتعزيــز المحتــوى الرقمــي الوطنــي.

- إحداث صندوق خاص لتمويل عمليات التأهيل من أجل تمكين العاملين في قطاع الصحافة الإلكترونية من صحفيين وتقنيين من الأدوات التكنولوجية والمهنية ورفع كفاءتهم.
- وضع برامج للتأهيل المستمر لصالح الصحفيين، مدعومة من الدولة في إطار عقد برنامج لدعم الصحافة بشقيها الورقي والإلكتروني.
- تشجيع المؤسسات الصحفية الإلكترونية على الاستفادة من برامج التأهيل التي يقترحها المركز المغربي لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في إطار إستراتيجية المغرب الرقمي.
- تلقي تكوين في مجال ريادة الأعمال.

خلاصة

على رغم تنوع عدد الشركات الإعلامية الرقمية في المغرب إلا أن قلة قليلة منها استطاعت أن تجد لها مكانا في المشهد الإعلامي، وذلك عن طريق تبنيها لنموذج أعمال مختلط يقوم على تنويع أنشطتها لتوفر بذلك موارد لضمان استمراريتها.وبيّنت الدراسة أن غالبية المقاولات الرقمية الناشئة مازالت في مرحلة جنينية بالنظر لنموذجها الاقتصادي الذي يعتمد أساسا على عائدات الاعلان. وبالتالي هي لا تستطيع تطوير مواردها المالية لضمان الموارد البشرية اللازمة خاصة وأن المستثمرين في المغرب ما زالوا مرتبطين بالإعلام التقليدي وثقتهم بهذه المؤسسات ما تزال ضعيفة.

وبرهنت الدراسة على أن المؤسسات الإعلامية الناشئة في المغرب تواجه تحديات مهنية تتمثل في تدني جودة المحتوى الإعلامي والذي يرتبط بالأساس في تكوين وقدرات الصحفيين الرقميين، وعدم وجود معايير واضحة للمهنة في هذا الحقل، إضافة إلى افتقار الجامعات والمعاهد لتخصصات متعلقة بإنتاج المحتوى الرقمي.فالمعنيون بهذا القطاع مدعوون إلى تحسين جودة التدريب الإعلامي وإصلاح مناهج تعليم الصحافة وإدخال مفاهيم ومهارات الإعلام الرقمي فيها.

القسم الثالث : الشركات الاعلامية الرقمية الناشئة في الاردن

مقدمة

تضطلع المؤسسات الإعلامية بشكل عام بمهام عدة يمليها عليها دورها كسلطة رابعة وكجزء أساسي من نسيج الحياة الديمقراطية، لما لتلك المؤسسات من أهمية إجتماعية وسياسية وإقتصادية.

وبالحديث عن الديمقراطية، ينبغي الإشارة إلى أن دور الإعلام لا يقتصر فقط على إخبار وتوعية الجمهور بحقوقه أو بمجريات الأحداث، ولكن يتجاوزه إلى تمكين المجتمع وترسيخ القناعة لديه بدوره في عملية التغيير والتطوير والرقابة على أي تجاوزات قد تقوم بها السلطات العامة أو الأجهزة الرسمية.

ولتحقيق ذلك، فلابدّ من توفر بيئة ديمقراطية داعمة تقوم على مبدأ سيادة القانون وإحترام قيم التعددية والحوار، بالإضافة إلى ضمان الحريات التي كفلها الدستور والمعاهدات والمواثيق الدولية كحرية الرأيوالتعبير.

إلا أن مبدأ الإعلام الديمقراطي الحر والفاعل في الدول العربية إجمالاً هو موضع تساؤل وتشكيك، وخاصة في ما يتعلق بعنصرين أساسيين وهما النظام السياسي السائد والوضع الإقتصادي، وهما عنصران يتحكمان بشكل أو بآخر في توجهات وأداء معظم وسائل الإعلام في تلك الدول وخاصة وسائل الإعلام التقليدية.

والأردن كدولة عربية ما زالت في طور التحول نحو الديمقراطية، وتعاني من ظروف إقتصادية صعبة نظراً لمحدودية مواردها الطبيعية وإرتفاع معدلات البطالة والفقر، ووقوعها في إقليم مضطرب مليء بالنزاعات والإضطرابات السياسية، وجدت نفسها مضطرة إلى التوجه نحو تبني سياسات حديثة قادرة على مواكبة التطور الذي شهده العالم خاصة في ما يتعلق بالإنترنت والثورة المعلوماتية وريادة الأعمال.

ونتيجة لذلك، فقد شهد قطاع ريادة الأعمال في الأردن بشكل عام إزدهاراً ملحوظاً، اذ بلغ حجم الإستثمارات

في الشركات الريادية الأردنية 56 مليون دينار أردني في عام 2018 [89]، وذلك حسب التقرير الصادر عن مؤسسة ماجنيت[90]. واستحوذت الشركات الأردنية على 8% بالمئة من إجمالي الصفقات الإستثمارية التي تمت على الشركات الريادية في المنطقة، فجاءت الأردن في المرتبة الرابعة بعد كُل من الإمارات ومصر ولبنان.

[89] جمعية شركات تقنية المعلومات والاتصالات- إنتاج https://goo.gl/pkmC8P

[90] التقرير الصادر عن مؤسسة ماجنيت https://goo.gl/c4BV7M

والأردن دولة يشكل سكانها 3 % من سكان المنطقة العربية، ويشكل رياديو الأعمال فيها 23 % من ريادي الأعمال في المنطقة، وقد تقدم الأردن 7 مراتب في مؤشر ريادة الأعمال العالمي في العام 2018 ليصبح في المرتبة 49، كما انتقل من المرتبة 70 الى المرتبة 50 على مؤشر تنافسية المواهب العالمية خلال 3 سنوات فقط[91].

ولعل إرتفاع نسبة البطالة في الأردن قد ساهم بشكل أو بآخر في توجه الكثيرين نحو ريادة الأعمال، وبحسب تقرير دائرة الإحصاءات العامة[92]حول معدل البطالة في الأردن للربع الرابع من عام 2018 فقد بلغ معدل البطالة 18.7% بإرتفاع مقداره 0.2 نقطة مئوية عن الفترة ذاتها للعام 2017.

كما بيّن التقرير ذاته أن معدل البطالة كان مرتفعاً بين حملة الشهادات الجامعية ممن يحملون شهادةالاجازةوما فوق، اذ بلغ 24.5 % مقارنة بالمستويات التعليمية الأخرى.

ونتيجة لما سبق فقد توجه العديد من العاملين في شتى القطاعات الإنتاجية والخدماتية إلى إنشاء مشاريعهم الخاصة، بما في ذلك القطاع الإعلاميالذي شهد تطوراً ملحوظاً من حيث الكم والنوع وخاصة في العشر سنوات الأخيرة التي شهدت أيضاً تغييرات سياسية، إجتماعية، تشريعية وإقتصادية ملموسة ساعدت على ظهور تيار إعلامي مختلف سواء من حيث التوجه أو المنهجية. وهذا التيار هو ما يمكن أن يطلق عليه إسم الإعلاميون الرياديون.

ومن أبرز ما يميز هذا التيار من المشاريع الإعلامية الناشئة هو إعتماده على وسائل التكنولوجيا الحديثة وإستخدام وسائل الإعلام الحديث (الرقمي) بالإضافة إلى إنتاجه محتوى إعلامياً خاصاً به يختلف عن المحتويات التقليدية التي تتناولها وسائل الإعلام السائدة في الأردن.

أولا: أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة الى إستطلاع واقع المشاريع الإعلامية الناشئة في الأردن والتحديات التي تواجهها، والتعرف على البيئة الحاضنة لها من الناحية القانونية، الإبتكار، الحاضنات والمسرعات والصناديق الاستثمارية، المهارات والمعرفة الموجودة لتطوير هذا القطاع، والتوصيات الاساسية للنهوض فيه.

1- أهمية الدراسة

تواجه وسائل الإعلام التقليدية تحديات كبيرة خاصة تلك التي تتعلق بقدرتها على الإستمرار ومواكبةالتغييرات الجذرية التي طرأت على القطاع الإعلامي الحالي، بحيث أصبح الإنترنت من أهم وأسهلالمصادر التي يلجأ إليه الجمهور بحثاً عن الأخبار أو عن مواضيع متخصصة أو حتى بهدف الترفيه.

[91] الموقع الرسمي للحكومة الإلكترونية https://goo.gl/5YXjCm
[92] دائرة الإحصاءات العامة http://dosweb.dos.gov.jo/ar/emp_q4_20193/

وبحسب التقرير السنوي لهيئة تنظيم قطاع الإتصالات[93] الصادر في عمان بتاريخ 23/9/2018، فقد بلغت أعداد مستخدمي شبكة الإنترنت في الأردن حتى نهاية عام 2017، نحو 6.6 مليون مستخدما، مقارنة مع 5.53 مليون في عام 2016.

كما بلغت نسبة مستخدمي الإنترنت إلى عدد السكان في الأردن ما نسبته 65.7%، حتى نهاية عام 2017، مقارنة مع 56.4%، في العام 2016.

وبالنظر إلى الأرقام أعلاه، فمن الواضح أن القدرة على النفاذ إلى الأخبار والمعلومات من خلال الإنترنت، وفرت بديلاً أكثر ملائمة لشريحة كبيرة من الجمهور نظراً لما يوفره الإنترنت من تنوع في المصادر وتحديث مستمر للمحتوى ووسائل عرض سمعية وبصرية في شتى المواضيع لا تستطيع توفيرها الكثير من وسائل الإعلام التقليدية، إما لنقص الخبرة لديها في مجال إنتاج المحتوى الرقمي، أو لضعف إمكانياتها المادية، حيث أن معظم تلك المؤسسات تعتمد على نموذج أعمال تقليدي قائم على الإعلانات التجارية بشكل أساسي، أو لعدم القدرة على الخروج عن سياسة التحرير التقليدية والتوجه نحو الإبتكار والمنافسة من خلال إنتاج محتوى مبتكر يخرج عن إطار المواضيع المستهلكة.

وبالتالي، ومع ظهور مؤسسات إعلامية تتناول مواضيع وقضايا غير تقليدية، وتقوم على تقديم محتوى إعلامي مختلف من حيث إرتباطه المباشر بالإنترنت وبوسائل التكنولوجيا الحديثة وأدوات الإعلام الرقمي، أصبح من المهم تسليط الضوء على هذه المؤسسات وعرض تجاربها ومعرفة ما إذا كان لديها نموذج أعمال محدد وعلى ماذا يعتمد هذا النموذج، بالإضافة إلى التحديات التي قد تواجهها سواء من الناحية القانونية أو من ناحية بيئة الأعمال أو قدرتها على الإبتكاروالإستمرارية ومواكبة التغيير.

2- منهجية الدراسة

تنتمي هذه الدراسة الى فئة البحوث الوصفية التي تعتمد المنهج المسحي القائم على الملاحظة المباشرة وجمع البيانات من عدة مصادر وبطرق متنوعة بما في ذلك المقابلات الشخصية، المقابلات عبر الإنترنت، المراسلات الإلكترونية والمكالمات الهاتفية، الدراسات ذات الصلة، المراجع القانونية، الإحصائيات والقرارات الرسمية.

وقد تم تناول عينة من أهم المشاريع الإعلامية الناشئة في الأردن التي خرجت عن المدرسة الإعلامية التقليدية، وتم تسليط الضوء عليها من حيث نشأتها، تطورها، نموذج الأعمال الخاص بها، التحديات التي تواجهها وإنجازاتها.

وتكونت هذه العينة من مشاريع: حبر، صوت، فتبينوا، عرمرم، الحدود، مرصد أكيد، شبكة الإعلام المجتمعي المالكة لكل من راديو البلد وموقع عمان نت، خرابيش، وشبكة أريج.كما تم أيضاً إستعراض نموذج لمشروع إعلامي ناشيء لم يستمر نظراً لظروف معينة تتعلق بنموذج الأعمال الخاص به.

[93] http://trc.gov.jo/Pages/viewpage.aspx?pageID=180

3- الاطار المفاهيم للمؤسسات الناشئة

غالباً ما يتم الخلط بين مفهوم المشروع الناشيء من جهة والمشروع الصغير والمشروع المتناهي الصغر من جهة أخرى، وهو الشيء الذي قد يقود إلى نتائج غير دقيقة خاصة في ظل عدم وجود تعريف موحد ومتفق عليه لكل من هذه المفاهيم. لذلك لا بد من عرض هذه المفاهيم وتحديدها حسب التعريف السائد في الأردن.

فقد عرَف البنك المركزي[94]المشروع بشكل عام على أنه كيان قانوني مستقل عن صاحبه يتم إنشاؤه لتحقيق الأرباح. وأصحاب المشاريع الذين يستثمرون رؤوس الأموال ويقومون بالإجراءات القانونية لتسجيل المشروع يعتبرون كمشاركين في الشركة. ويملك المشروع الأصول وهي أشياء ذات قيمة مثل النقود والمعدات والمخزون التي يتم شراؤها من رأس المال المستثمر من قبل المساهمين، وتستخدم هذه الأصول لصناعة المنتج أو لتقديم خدمة.

كما عرَف البنك المركزي المشاريع المتناهية الصغر بأنها عادة ما تكون غير رسمية ومجموع أصولها أو حجم مبيعاتها تقل عن 100 ألف دينار، ويكون العمل بها غالباً من المنزل وأحيانا ما يكون المالك هو الموظف الوحيد في المشروع. وقد تكون هذه المشاريع رسمية لكن عملياتها ضئيلة (كشك عصير مثلاً).

أما المشاريع الصغيرة فتم تعريفها على أنها المشاريع التي توظفبين 5 و 20 موظفا ومجموع أصولها أو حجم مبيعاتها تقل عن 1 مليون دينار أردني سنويا.

وتلعب المشاريع الصغيرة والمتوسطة دوراً حيويا في الإقتصاد الأردني حيث تمثل 95٪ من حجم قطاع الأعمال، و70 ٪ منفرص العمل، وتساهم في 40 ٪ من الناتجالإجمالي المحلي الأردني[95].

أما بالنسبة لتعريف المشروع أو الشركة الناشئة في السياق الأردني، فحتى الآن لا يوجد تعريف موحد متفق عليه، ونظراً لما يترتب على هذا التعريف من نتائج تتعلق بالإقتصاد الوطني من خلال قياس مساهمة هذا القطاع في ناتج الإقتصاد المحلي وآليات دعمه وتطويره. وقد أطلقت كل من الوكالة الألمانية للتعاون الدولي وشركة أورانج الأردن وجمعية شركات تقنية المعلومات والاتصالات "إنتاج" دراسة تهدف إلى الوصول إلى تعريف واضح للشركات الناشئة لتكون أساساً لقانون الشركات الناشئة التي ستعمل عليه جمعية "انتاج" بالشراكة مع الجهات ذات العلاقة ضمن منظومة ريادة الأعمال في الأردن[96].

ونظراً لعدم وجود تعريف رسمي معتمد للمشروع الناشيء في الأردن، فسيتم تناوله من منظور عالمي.

---

[94]دليل المشاريع الصغيرة والمتوسطة
http://www.cbj.gov.jo/EchoBusv3.0/SystemAssets/PDFs/AR/SME_Guide_Arabic_Final_27_4_2017.pdf
[95]المصدر السابق
[96]إطلاق دراسة حول مساهمة الشركات الناشئة في الإقتصاد الأردني https://goo.gl/1ZAxUx

فقد عرَف الأب الروحي لل "سيليكون فالي" والريادة الحديثة ستيف بلانك المشروع الناشيء على أنه مؤسسة مؤقتة صممت للبحث عن نموذج أعمال قابل للتكرار وقابل للتطوير[97].أي أن نموذج الأعمال هنا هو محور التركيز، وهو يجب أن يكون نموذجاً قابلاً للتطوير والتغيير المستمر.

ووصفت معظم التعريفات الأخرى المشروع الناشيء بأنه المشروع الحديث الذي ما زال في طور النشوء والتطور والبحث في الأسواق بهدف النفاذ أو التوسع، وأضافت إليه بعض الصفات الأساسية لتمييزه عن غيره من المشاريع.على سبيل المثال، ميَز موقع Startups[98] البريطاني المشروع الناشيء عن غيره من المشاريع بعنصر السرعة سواء في إتخاذ القرار أو إعادة ترتيب الأولويات أو نمو وتوسع المشروع، كما أشار إلى أن المشروع الناشيء عادة ما يُبنى على فكرة قد تكون في معظم الأحيان قابلة للتطبيق عالمياً ولا ترتبط بحدود جغرافية معينة، وبينما تسعى الكثير من المشاريع إلى الحصول على تمويل من المستثمرين بما في ذلك المشاريع الناشئة، إلا أن الأخيرة عادة ما تقوم على مبدأ المشاركة مع المستثمر الذي بدوره قد يقوم أيضاً بتقديم بعض الإستشارات والتوجيه للمشروع الناشيء.

كما عرَف موقع Investopedia[99] المشروع الناشيء على أنه مؤسسة أو شركة حديثة العهد يتم تمويلها مبدئياً من قبل مؤسسيها الذين يحاولون تحقيق الأرباح من خلال تقديم خدمة أو سلعة غير موجودة يعتقدون بوجود حاجة إليها، أو يعتقدون بوجود هذه الخدمة أو السلعة ولكن بطريقة أو بمستوى أدنى من المستوى المطلوب. كما يضيف الموقع إن إستمرارية هذه الشركات على المدى البعيد غير ممكنة مالم يتم تمويلها من قبل رأس مال إستثماري.

إذاً، ما الفرق بين المشروع الناشيء والمشروع أو الشركة الصغيرة والشركة المتناهية الصغر؟ إذا ما نظرنا إلى التعريفات الأكثر شيوعاً ومن ضمنها التعريفات السابقة فيمكن تمييز المشروع الناشيء بعدة خصائص من أهمها أنه مشروع في حالة تطوير وتغيير مستمر ولا يقوم على مبدأ الثبات كحال معظم الشركات التجارية التي تحاول الوصول إلى هدف معين أو نموذج أعمال ثابت يحقق لها الإيرادات والأرباح.

والشركات أو المشاريع الناشئة تسعى دائماً نحو الإبتكار سواء في ما يتعلق بإستحداث منتج أو خدمة معينة تكون مبتكرة وظهرت الحاجة إليها مع التطور العصري وما يصاحبه من تغييرات، أو في طريقة تقديم خدمة أو سلعة معينة تكون بالأساس موجودة ولكن يتم طرحها بطريقة ريادية مبتكرة. بينما تحاول الشركات التجارية العادية تجنب المخاطرة بطرح خدمة أو سلعة جديدة أو إعادة تقديمها بطريقة خارجة عن المألوف، وعلى العكس من ذلك تحاول معظم هذه الشركات أو المؤسسات إيجاد فكرة تجارية رائجة وتعمل على إستنساخها.

كما أن المال يعتبر الدافع والهدف الرئيسي لإنشاء الشركات والمؤسسات التجارية، ولا يمكن إنكار أن الربح هو أيضاً من أولويات المشاريع الناشئة، إلا أن الفرق هو أن المشاريع الناشئة عادة ما تنظر إلى هذا الربح

[97] https://steveblank.com/2010/01/25/whats-a-startup-first-principles/
[98]What is a start-up? https://startups.co.uk/what-is-a-startup/
[99] Startup https://www.investopedia.com/terms/s/startup.asp

كوسيلة وفرصة لتحقيق المزيد من التوسع والنمو وتطوير الخدمة أو المنتج الذي تقدمه ليدخل إلى مستويات جديدة يتطلع إليها مؤسس المشروع منذ تأسيسه.

أي أن النمو، التغيير، الرغبة في التوسع، المغامرة، الريادة والإبتكار جميعها عناصر يجب أن تتوفر في المشاريع الناشئة إذا ما أرادت الخروج من إطار الشركات التجارية التقليدية.

ثانيا: المشاريع الإعلامية الناشئة في الأردن

تبلغ عدد المواقع الإلكترونية الإعلامية المرخصة لدى هيئة الإعلام حتى تاريخ 27-2-2019 ما مجموعه 137 موقعاً إلكترونياً، إضافة إلى حوالي 36 محطة فضائية و39 محطة إذاعية مرخصة لدى الهيئة[100].إلا أن معظم هذه المؤسسات الإعلامية المرخصة لم تخرج عن نطاق الإعلام التقليدي السائد من حيث القالب والمضمون، كما أنها تتبنى نموذج أعمال شبه ثابت يركز بشكل كبير على الاعلانات كمصدر دخل لا يمكن الإستغناء عنه لتغطية تكاليف عمل المؤسسة وتحقيق هامش من الربح.

ومع ذلك يمكن الإشارة إلى مجموعة من المشاريع الإعلامية الواعدة التي إستطاعت أن تقدم محتوىً مختلفاً وبطرق وقوالب غير تقليدية تتماشى مع التطور السريع الذي نعيشه في ظل ما يطلق عليه البعض عصر الإنترنت والتكنولوجيا.

ورغم أن هناك تفاوتاً واضحاً في أعمار هذه المشاريع، إذ أن منها ما قد مضى أكثر من عشر سنوات على إنطلاقه ومنها من لم يتجاوز الثلاث سنوات، إلا أن القاسم المشترك بينها هو أن هذه المشاريع تحاول تقديم نموذج إعلامي يتسم بالجدة والخروج عن ما هو مألوف في القطاع الإعلامي المحلي ويخدم قضايا ومواضيع تهم الجمهور وقد لا تتناولها وسائل الإعلام التقليدية بالضرورة.

1- نماذج لمشاريع إعلامية ناشئة (قائمة)

حبر

وهي مؤسسة إعلامية ومجلّة إلكترونية، إنطلقت من الأردن في عام 2007 كمنصة لإعلام المواطن تدار بشكل تطوعي، وتحولّت في عام 2012 إلى مجلة صحافية إحترافية تنتج صحافة معمّقة متعددة الوسائط، وتحليلات نقدية، وحوارات عامّة، حول قضايا سياسية وإقتصادية وإجتماعية وثقافية وفكرية.

عندما انطلقت حبر في عام 2007، لم تكن مواقع التواصل الإجتماعي/ السوشيال ميديا في الأردن، مثل الفيسبوك على سبيل المثال، تحظى بإنتشار كبير مثل الوقت الحاضر، وكانت المدونات الشخصية ما تزال موجودة وتحظى بجمهورها الخاص. ولذا، فقد جاءت حبر في ذلك الوقتبهدف خلق مساحة للمواطن العادي للتعبير عن آرائه من خلال الموقع وذلك بواسطة نشر مقالات ومشاركات المواطنين العاديين في مختلف

[100]حسب قوائم السيدة مجد العمدمديرة دائرة التراخيص في هيئة الإعلام

المواضيع بطريقة تجمع ما بين الجانب المهني في الطرح والعفوية التي تتمتع بها هذه المشاركات، بالإضافة إلى قدرتها على تناول مواضيع تهم المواطن قد لا يتناولها الإعلام الرسمي.

تمت تغطية التكلفة الأولية لموقع حبر من قبل المؤسسين، وقد تطور الموقع تدريجياًمنذ عام 2009 ليصبح مؤسسة مسجلة كشركة ذات مسؤولية محدودة في الأردن.

يقوم نموذج الأعمال الخاص بـ حبر على عدة مصادر منها المشاريع والمنحالمقدمة من بعضالمؤسسات العالمية التي تنفذ مشاريع إعلامية تهدف بشكل عام إلى تكريس مبادئ الديمقراطية والعدالة والحرية والمساءلة والتعددية وحقوق الإنسان. إضافة إلى ذلك تعتمد حبرعلى عقد ورشات العمل، الدورات التدريبية، الخدمات الإستشارية والإنتاج،وخدمات تطوير الويب والملتيميديا كمصادر متنوعة للدخل.

أما بالنسبة للإعلانات التجارية،فتقول لينا عجيلات[101]، المحررة التنفيذية لمجلّة حبر وأحدى مؤسسيها، أن الإعلانات لم تعد مصدراً يمكن الإعتماد عليه كمصدر دخل مستدام، خاصة في ظل سطوة المعلن، وما قد يمليه أحياناً بعض المعلنين من توجهات قد تمس بالسياسة التحريرية للمؤسسة الصحافية. كما أصبح الكثير من المعلنين يرون في منصات التواصل الإجتماعي بديلاً أقل كلفة للإعلان، ويحقق نسبة إنتشار ووصول أعلى من تلك التي يحققونها من خلال الإعلان على معظم المواقع الإلكترونية.

بالإضافة إلى ذلك، فان طبيعة عمل مؤسسة حبر تقوم بشكل عام على إنتاج تقارير صحافية معمقة وتحقيقات إستقصائية تستغرق عادة مدة زمنية أطول من بعض المواد الصحافية الأخرى، وهو ما يحول دون إنتاج حبر حجما كبيرا من المحتوى، بمعنى أنه قد لا يتم نشر العديد من المواد الصحافية بشكل يومي على الموقع وهو ما قد لا يتناسب مع تطلعات المعلنين.

والأهم من ذلك أن نوعية المواضيع التي تحقق نسبة تفاعل أو مشاهدات أعلى هي المواضيع الخفيفة كتلك المتعلقة بالمشاهير أو الجرائم أو الموضة، بينما قد لا تحظى التقارير المعمقة او التحقيقات الإستقصائية، والتي تتطلب مجهوداً صحافياً كبيراً إضافة إلى تكلفتها العالية، بنسبة تفاعل أو عدد مشاهدات كافية تلبي تطلعات المعلن.

وتعمل حبر حالياً على تطوير نموذج أعمال جديد يهدف إلى تطوير النشاطات والخدمات التي تقدمها المؤسسة بطريقة تؤمن من خلالها النسبة الأكبر من الدخل، وتقلل تدريجياً إعتمادها على المنح كأحد مصادر الدخل.

وتقول عجيلات أن الوصول إلى نموذج أعمال مثالي يتطلب إجراء تجارب وتعديلات عديدة وبشكل مستمر، وهو ما يعني أن العملية قد تستغرق الكثير من الوقت خاصة أنحبر حريصة على أن لا يؤثر نموذج الأعمال الذي تتبناه والخدمات المقدمة من خلاله على مستوى وحجم العمل الصحافي الذي تقدمه في الأساس.

---

[101]خلال مقابلة شخصية مع لينا عجيلات المحررة التنفيذية لـ حبر وأحد مؤسسيها

يتكون فريق عمل حبر من 12 شخص (نظام الدوام الكامل) من بينهم المراسلون الصحافيون، محررو الأخبار، التقنيون والإداريون. بينما يتعاون مع حبر كتاب من الأردن ومن عدة دول عربية مثل مصر، فلسطين ولبنان.

ويشكل الجمهور الأردني ما نسبته 50% من جمهور حبر، بينما تتوزع الـ 50% الأخرى على عدة دول من المنطقة العربية.

ولدى حبر صلات تعاون وثيقة مع المجتمع التقني في الأردن وأيضاً مع المجتمعات التقنية في بعض الدول العربية، ويعود ذلك بطبيعة الحال لكون حبر مؤسسة صحافية تعتمد بشكل كبير على إستخدام التقنيات الرقمية في إنتاج محتواها وتقدم برامج تدريبية متخصصة في هذا المجال، بالإضافة إلى الإستعانة بالمجتمع الرقمي بهدف حماية خصوصيتها وأمانها الرقمي، فعلى سبيل المثال تعرضت حبر لعدة محاولات إختراق عام 2014 وقامت انذاك بالإستعانة بالمجتمع الرقمي لمعرفة الممارسات والطرق المثلى لتأمين موقعها الإلكتروني وملفاتها.

وترى عجيلات أن هناك العديد من التحديات التي تواجهها حبر بما في ذلك البيئة التشريعية الناظمة للعمل الصحافي في الأردن حيث يخضع العمل الصحافي للعديد من القوانين والتشريعات التي قد تحد من حرية ممارسة العمل الصحافي أو القدرة على تناول قضايا معينة.

إلا أن التحدي الأكبر والأصعب بالنسبة لمؤسسة حبر هو الإستمرارية، وهو ما يجعلها في تحدٍ دائم مع نفسها ومحاولة إستفزاز قدراتها وتطويرها بشكل مستمر، لا يضمن فقط إستمرارها مادياً بل أيضاً على مستوى إنتاج محتوى ذي قيمة وبصمة مختلفة.

وترى عجيلات أن حبر خلقت مساحة مختلفة في المشهد الصحافي الأردني، من خلال القدرة على إحداث تأثير نوعي، حتى وإن كان حجم إنتاجها محدوداً نوعا ما، كونها مؤسسة لا تنتج بالضرورة محتوىً صحافياً بشكل يومي.

على سبيل المثال تناولت حبر مواضيع معينة كانت وراءقيام مؤسسات اعلامية أخرى بتناول المواضيع نفسها وتسليط الضوء عليها مثل موضوع إتفاقية الباقورة والغمر، التي تقول عجيلات أن حبركانت أول من تناول هذا الملف وكان ذلك من خلال تقرير معمق في شهر 2017/10، وعلى إثر ذلك قامت مؤسسات إعلامية أخرى بإنتاج مواد صحافية حول القضية نفسها، ومن ثم تحول الموضوع إلى حملة شعبية توجت بقرار الأردن بعدم تجديد الإتفاقية مع الكيان الإسرائيلي.

صوت

تأسست منصة صوت عام ٢٠١٦، وتهدف إلى إنتاج محتوى صوتي باللغة العربية عالي الجودة، وذلك بهدف خلق بيئة حوار تناقش المواضيع الهامة والحساسة للمتابع العربي حول العالم، بالإضافة إلى خلق بيئة حوار تناقش مبادئ العدالة والتعددية وحقوق الإنسان عبر الإنتاج الصوتي.

يبلغ عدد أعضاء فريق عمل "صوت" ستة أفراد ممن يعملون بدوام كامل، وتتعاون المنصة مع العديد من التقنيين والصحافيين لإنتاج المحتوى.وتقدم صوت العديد من الخدمات والتي من ضمنها:

- الإنتاج الصوتي ويشتمل على إجراء المقابلات الصحافية، كتابة النصوص، التحرير، الإنتاج التقني والتصاميم الصوتية.
- إدارة المحتوى وتوزيع البرامج الصوتية بما في ذلك الترويج للمحتوى الصوتي من خلال الفيديوهات القصيرة والترويج الرقمي، ومساعدة منتجي البودكاست على نشر برامجهم من خلال تقديمها على منصات صوت للتواصل الإجتماعي.
- التدريب على الإنتاج الصوتي والسرد القصصي.

لدى منصة صوت نموذج أعمال يقوم بشكل أساسي على المنح وبيع الخدمات التي من ضمنها على سبيل المثال إنتاج بودكاست لمؤسسة معينة، عقد دورات تدريبية، أو تقديم خدمات إستشارية تتمحور حول انتاج البودكاست.

وبحسب ما قامت بإنتاجه منصة صوت من محتوى حتى الآن، يقول رمزي تسدل[102] أحد مؤسسي المنصة، أن صوت لم تواجه مشكلة حقيقية في ما يتعلق بالحصول على المعلومات، إلا أن ذلك لا يمنع وجود صعوبة في الوصول إلى المصادر والأشخاص المعنيين.

ويقول تسدل أن من أهم التحديات التي تواجهها منصة صوت هي التمويل وتوفير المصادر المالية، كذلك المعرفة الكافية بالجمهور وأنماط إستخدامهللبودكاست بسبب قلة الدراسات في هذا الموضوع، بالإضافة إلى التحديات في إيجاد الأشخاص ذوي المهارة والإبتكار في هذا المجال لإنتاج المحتوى. كما يعتقد تسدل أن البيئة التشغيلية في الأردن والإقليم تجعل من غير السهل القيام بأعمال تجارية.وبالرغم من هذه التحديات إلا أن صوت تقيّم تجربتها حتى الآن بالناجحة، وذلك من حيث إستغلال الموارد بالشكل الأفضل ومن حيث إنتاج محتوى محترف ذي قيمة مجتمعية.

ويرى تسدل أن البودكاست ما زال جديداً نسبياً لذا بالإمكان إجراء العديد من التجارب ومحاولة تطوير أشياء جديدة.

فتبينوا

مشروع فتبينوا هو مشروع إعلامي عربي إنطلق عام 2014 بهدف تنقية المحتوى العربي على الإنترنت من الخرافة والإشاعة والأخبار الكاذبة.

ويهدف المشروع بشكل أساسي إلى زيادة الوعي حول مفهوم الخرافة والإشاعة والأخبار الكاذبة وتشجيع روح التحرّي قبل تناقل المعلومات عبر وسائل التواصل الإجتماعي، بالإضافة إلى ترسيخ أساسيات البحث

[102]خلال عدة مكالمات هاتفية ومراسلات من خلال البريد الإلكتروني

العلمي والتفكير الموضوعي لدى الجيل الصاعد. لذلك فان الإبداع والإبتكار هما من أهم الأسس التي إعتمد عليها مشروع فتبينوا في تحري الحقائق وأساليب البحث المختلفة، بالإضافة إلى آلية إيصال المعلومة.

يقدم فتبينوا محتواه للجمهور من خلال العديد من الأشكال الصحافية بما في ذلك المقالات، الدراسات والأبحاث، الصور، والفيديوهات سواء المصورة أو الكرتونية، وذلك من خلال موقع فتبينوا الإلكتروني، المدونة، منصات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، إنستغرام، تلغرام، واتساب)والمقابلات التلفزيونية.

يعمل في المشروع ما يقارب الـ 42 شابا وشابة من 14 جنسية عربية ومن خلفيات مهنية وعلمية متنوعة مثل محرري الأخبار، الأطباء، المهندسين، الفيزيائيين، والأخصائيين في مجالات العلوم المتنوعة بما في ذلك العلوم الدينية. تتوزع مهامهم بين التصوير وإعداد الحلقات والإخراج والإنتاج، البحث والتحرير، تصميم الغرافيك، البرمجة، الترجمة، الإدارة ومشرفي منصات التواصل الإجتماعي. لكن العدد الأساسي قائم على الباحثين والمحررين.

يقول معاذ الظاهر[103]، مؤسس مشروع فتبينوا، أن المشكلة الرئيسية التي تواجه المشروعهي تحقيق دخل مادي يضمن إستدامته ويجعله قادراً على تغطية تكاليفه ذاتيا. ويشير إلى أنه رغم عمل الفريق منذ 5 سنوات بشكل متواصلوما حققه المشروع من نجاح ونسبة وصول إلى الجمهور في مجال مكافحة الأخبار الكاذبة، إلا أن مشكلة الدخل المادي تحد من إنتشاره وتطوره.ويضيف أن فريق العمل لا يتقاضى أجراً مقابل عمله، إذ أن المشروع لا يحقق دخلاً مادياً كافياً، وعلى الأغلب فإن أعضاء الفريق يقومون بالعمل بشكل تطوعي.

ورغم ما حققه مشروع فتبينوا حتى الآن، إلا أنه ليس لديه نموذج أعمال محدد، إذ أن تمويل المشروع والإنتاج قام على عدد محدود من الرعايات والدعايات للفترة 2016-2018، ويرفض الظاهر قبول دعايات غوغل- google ads رغم ما قد توفره من مردود مادي.ويقول الظاهر أنه ما زال يحاول الوصول إلى نموذج أعمال يتناسب مع رسالة المشروع بحيث يوفر له الإستدامة المالية من دون أن يؤثر على محتواه من حيث المبدأ.

ويقيس الظاهر مؤشرات نجاح المشروع من خلال عدة عناصر من ضمنها:

- تحقيق أكثر من 100,000 زيارة شهرياً لموقع فتبينوا منذ بداية 2019،
- حوالي 500,000 متابع على الفيسبوك،
- أكثر من 4 ملايين مشاهدة لسلسلة فيديوهات فتبينو،ا
- الحصول على درجة 9.8 من 10 في تقييم شامل تم طرحه للجمهور في 22 دولة عربية، شارك فيه أكثر من 1730 مشاركاً.

وفي ما يتعلق بحرية الصحافة في الأردن فيعتقد الظاهر أنإمكانية الوصول إلى المعلومات صعبة نوعاً ما، كما أن آلية التواصل والإستجابة بطيئة جداً وغالباً ما تكون بدون اجابة، ويشير إلى أن الصحافة ليس لها

[103]خلال مقابلة مع معاذ الظاهر من خلال Facebook Messenger نظراً لإقامته خارج الأردن

قيمتها المعنوية، ولذا يصبح هناك خوف من التحدث في كثير من المواضيع تجنباً للمشاكل خاصة المواضيع السياسية والإجتماعية.

ويقول الظاهر أن لدىمشروع فتبينوا إهتماماً كبيراً بموضوع الأمان الرقمي، خاصة بعد أن تعرض المشروع في السابق لحملة هجومية نتج عنها حذف فيديوهات للمشروع على اليوتيوب كان يتابعها حوالي المليون ونصف مليون مشاهد.

ويقيّم الظاهر تجربة فتبينوا بالناجحة، إلا أنه يؤكد أنها ما تزال بحاجة إلى المزيد من التطوير والعمل الجاد، وضرورة تطوير نموذج أعمال ناجح يضمن إستمرارية المشروع. ويعدّد الجوائز التي حصل عليها المشروع ومن أهمها:

- دعوة من قبل جامعة هارفرد HARVARD University إلى مؤتمر HAW2016 كواحد من أفضل المشاريع الشبابية العربية لعام 2016.
- دعوة من قبل مؤتمر EXPO2017 برعاية الملكة رانيا العبداللهكواحد من أفضل المشاريع الإبداعية لعام 2016-2017.
- تنويه من قبل وكالة التعاون الإعلامي الفرنسية (CFI) كواحد من أفضل المشاريع الشبابية في الشرق الاوسط لعام 2017 ضمن برنـامج سفيرلابSAFIRLAB، بالإضافة إلى تقديم دعوة للتدريب لمدة أسبوعين في باريس.
- دعوة للمشاركة في مؤتمر الإعلام الرقمي العربي في اسطنبول 2017، كواحد من أبرز المشاريع الشبابية الإعلامية العربية تأثيراً في خدمة المحتوى العربي على الإنترنت.
- دعوة من مؤسسة Mediapart للتحقيقات الإستقصائية في عام 2017 لتلقي تدريب لمدة 8 أشهر.

عرمرم

عرمرم هي محاولة أولى لإنشاء أوّل محطّة تلفاز عربيّة تبث عبر الإنترنت من العاصمة الأردنية عمّان، إنتاجها وجمهورها من وإلى الشّباب العربي.

تهدف محطة عرمرم إلى توفير مساحة للتعبير عن رؤية الشّباب لمحيطهم بلغتهم، وتعزيز التقارب بينهم، ونشر الوعي حول الحياة الحديثة وعناصرها المختلفة المكوّنة لنسيج المجتمعات بصور مبنيّة على الموروث الثّقافي والحضاري، بالإضافة إلى تأمين مساحة تفاعليّة تُطرح من خلالها مواضيع تمس المجتمع بمختلف مكوّناته وخلفيّاته لفتح حوار بين جميع فئات المجتمع.

كما تهدف إلى إستعراض القضايا الوطنية والتفاعل معهابإسلوب إبداعي وحيوي، اذما يجمع فريق عملها هي الرغبة بأن يصبح جزءاً من حوار إجتماعي تفاعلي مدروس وذلك من خلال إنتاج ونشر محتوى إعلامي مرئي ومسموع عالي الجودة.

تتناول عرمرم في فيديوهاتها قضايا من تلك التي قد لا تحظى بتغطية وسائل الإعلام التقليدية، وتوفر مساحة للفنانين الشباب لمشاركة أعمالهم، ومساحة إلكترونية للنقاش المفتوح وتبادل وجهات النظر، ومساحة لمحتوى الفيديو المبني على طلب الجمهور وهي بذلك تزوّد الأردنيين بمنصّة حرّة كي يعرضوا أعمالهم.ويتراوح المحتوى الذي تقدمه بين إعادة تفسير أو التحفيز على المشاركة في حوار حول عدة قضايا مثل التاريخ، الدين، الصناعة والمهن المحلية، الإقتصاد، المشاركة السياسية، أدوار الجنسين، بالإضافة إلى البيئة والفنون.

وبالرغم من أن معظم محتوى عرمرم يتناول قضايا ومواضيع محلية، إلا أن الكثير من محتواها تم إنتاجه ومشاهدته على مستوى الإقليم.

وعلى مدار السنوات الثلاث الماضية، عملت عرمرم على محاولة إعادة تفسير معنى إنتاج المحتوى الإعلامي، وقامت بتوسيع النقاش على وسائل التواصل الإجتماعي لشرح منتجات الصحافة والإعلام على اعتبار ان المنتج الإعلامي لا يقتصر على الفيديو والصور البيانية والنص، وإنما يشمل الحوار الذي يتبعه أيضاً. والسبب في ذلك هو أن الإعلام الذي يترك أثراً بحاجة إلى أن يتم التفاعل معه.

ونظراً لما يتمتع به الأردن من إنتشار واسع في إستخدام الإنترنت والهواتف الذكية، فقد أسهم ذلك في تحقيق نسبة تفاعل غير مسبوقة، وأصبحت وسائل التواصل الإجتماعي هي المساحة العامة التي يتناقش فيها بحرية كل من صناع القرار والأشخاص المهتمين، وأصبحت المعلومات متوفرة بسهولة.

وتقول همس رباح[104]، رئيسة تحرير عرمرم، أن هذه الإستراتيجية التي إتبعتها عرمرم أثبتت نجاحاًكبيرا، وإنعكس التفاعل من خلال المنشورات التي حظيت بمئات الآلآف من المشاركات والتعليقات والإعجابات. وقد تم التفاعل مع المحتوى من قبل صناع القرار والأكاديميين ورجال الأعمال، ونتج عن ذلك مراجعة داخلية لإجراءات حكومية مما أدى إلى تغييرات سلوكية ومعلوماتية ملموسة.

ومن خلال صفحاتها على السوشيال ميديا فإن عرمرم لديها حالياً:

- أكثر من 750,000 متابع أردني،
- 32% من متابعيها بين أعمار 18 إلى 24 عاما،
- 37% من متابعيها بين أعمار 25 إلى 34 عاما،
- 40% من الإناث و60% من الذكور،
- 65% من المتابعين من العاصمة عمان والنسبة المتبقية من باقي محافظات المملكة،
- تصل نسبة الوصول لديها إلى ستة ملايين شخص شهريا،
- أكثر من 85% يتابعون محتوى عرمرم من خلال الهواتف النقالة.

[104] خلال عدة مكالمات هاتفية ومراسلات من خلال البريد الإلكتروني

يتكون أرشيف عرمرم من أكثر من 2500 فيديو أونلاين، ويبلغ متوسط طول الفيديو حوالي دقيقتين. ويعود تاريخ الأرشيف إلى عام 2009 ويتضمن مواضيع سياسية، إقتصادية، فنية، بيئية، دينية، مجتمعية والعديد من المواضيع الأخرى.

يتكون فريق عمل عرمرم من 10 موظفين من خلفيات مهنية متنوعة بما في ذلك الصحافيون، أختصاصيومواقع التواصل الإجتماعي، المحررون، المنتجون، مصممو الغرافيك، المحاسبون ومدراء المشاريع.

لدى عرمرم نموذج أعمال يقوم بشكل أساسي على التمويل والرعاية، خدمات الإنتاج، الدعاية، وخدمات مواقع التواصل الإجتماعي.

وتشير رباح أنه وكما هي الحال بالنسبة للمؤسسات الإعلامية بشكل عام، فإن عرمرم تواجه العديد من التحديات التي تؤثر على قطاع الإعلام ومنها العداء الواضح تجاه حرية الإعلام وحرية التعبير والصحافيين، الإطار التشريعي غير الودود، صعوبة النفاذ إلى بعض المعلومات المتعلقة بالحكومة، تدفقات الإيرادات غير الثابتة والإعلانات الإعلامية غير الناضجة على الإنترنت.

وبما أن عرمرم هي مؤسسة تُعنى بإستخدام الإعلام من أجل تحقيق التنمية، فإنها تقيس نجاحها من خلال حجم جمهورها ومصداقيتها لديه، بالإضافة إلى مدى قدرتها على التأثير.وتوضح رباح أن التقييمات الخارجية لبعض المشاريع أظهرت أن نسبة المعرفة للقضايا المطروحة وإدراك الرسائل الأساسية منها قد إرتفعت لدى الجمهور بمعدل ستين الى سبعين بالمئة.

الحدود

تأسست شبكة الحدود عام 2013 على يد شابّين من الأردن بمجهود تطوعي،وتطورت خلال ٥ سنوات لتصبح شبكة عربية واسعة تتضمن فريقاً من 12 شخصاً، وعشرات المشاركين، وجمهورا من أكثر من ألفي شخص.

إستفادت الحدود من المرونة التي توفرها السخرية لإنتاج محتوى إبداعي نقدي، وتطرّقت الى قضايا حساسة عادة ما يتجنبها الإعلام التقليدي الجامد، فأصبحت منصة إعلام بديل، تناقش القضايا الإقليمية الهامة والحساسة، إضافة للقضايا الإجتماعية التي تواجه الشباب في حياتهم اليومية.

تستهدف الحدود بالدرجة الأولى الشباب من كلا الجنسين في مختلف الدول العربية ودول اللجوء، وتختص بتقديم محتوى إبداعي ساخر متنوّع، يشمل الأخبار واستطلاعات الرأي وأنواع أخرى من المحتوى البصري. يتشكل فريقها من 12 مبدعا ومبدعة، إضافة لعشرات المتطوعين من عدة دول، موزعين بين كتّاب ورسامين ومختصين في المجال الإداري والمالي، والنواحي التقنية والبرمجية.

يقول عصام عريقات[105]، أحد مؤسسي شبكة الحدود، أن أسلوب وطريقة العمل في الحدود تشاركية ومرنة، حيث يشارك الجميع في كافة النقاشات ويتدارسون الخيارات. ففي المجال الكتابي يبدي المصمّمون والإداريون آراءهم ويناقشونها، كما يساهم الكتاب والمصممون في تطوير أفكار يمكن للتقنيين العمل عليها وجعلها مرتبطة بالمحتوى.

ويشير عريقات إلى أن محتوى الحدود يصل للقراء رقمياً من خلال موقع الحدود الإلكتروني وصفحاته على مواقع التواصل الإجتماعي، إذ يبلغ عدد متابعي الحدود على موقع Facebook وحده أكثر من 400 ألف متابع، ويصل المحتوى لأكثر من 20 مليون قارئ سنوياً، كما يتواصل الفريق بشكل مباشر مع الجمهور من خلال مجموعة الحدود على موقعFacebook ويناقشون معهم أفكاراً مقدمة من قبلهم ويتلقون منهم أخبارًا من بلدانهم يمكن العمل عليها. إضافة إلى ذلك، فإن الحدود تصل إلى جمهورها أيضاً من خلال انستغرام وتويتر وفيسبوك مسنجر عن طريق "روبوت الحدود".

ويقول عريقات أن الشبكة تأخذ مسألة المعلومات الشخصية والحماية الرقمية بشكل جدي جداً، وتستخدم سبل الحماية الأساسية مثل FA2، وتحمي خوادمها من هجمات DDOS، كما يستخدم جميع أعضاء الشبكة الطرق الأساسية المتبعة لحماية حساباتهم ومعلوماتهم.

اما نموذج أعمالها فهو مبني على عدة مصادر للدخل، فهي تتلقى المنح والمساهمات المالية ضمن سياسة صارمة تحدد من خلالها الجهات التي يمكن قبول الدعم منها، وتقوم على أساس عدم التدخل في المحتوى وفرض أجندات معينة، وأن لا تكون مخالفة لقيم الشبكة. كما تنتج محتوىً إبداعياً وحملات دعائية للشركات التي تريد إطلاق حملات إبداعية فريدة من نوعها، تختلف عن النمط المعتاد المتكرر.

وهي تتلقى تبرعات بشكل دوري من قرائها، كما انها على وشك إطلاق متجر إلكتروني لبيع منتجات إبداعية من تصميم فريقها ، إضافة لإطلاق خدمة الإشتراكات المدفوعة للحصول على محتوى خاص، وصحيفة ورقية.وبحسب عريقات فإن غالبية دخل االمؤسسة تأتي من المنح والمساهمات التي تردها من خلال التعاون مع منظمات مانحة، ومع مؤسسات تهدف إلى إلقاء الضوء على قضايا مجتمعية لتحسين المجتمع.

ونظراً لطبيعة عمل الحدود، فإنمهام فريق العمل لا تتطلب غالبًا السعي للحصول على معلومات رسميّة، إذ أنّها تعتمد في الغالب على التعليق على الأخبار اليومية والقضايا الإجتماعية وليس على إنتاج تحقيقات وتقارير، ومع ذلك يقول عريقات أن في بعض الحالات التي حاولوا فيها الحصول على معلومات رسمية كمعرفة رواتب مسؤولين أو معلومات أخرى يفترض أن تكون من حق المواطنين، إصطدموا بما أسماه "جداراً صلباً" ولم يستطيعوا الحصول على رد حتى وإن كان بالنفي.

ويضيف أنه ومن خلال متابعة الحدود لعمل وأداء مؤسسات صحافية صديقة وشريكة، يتبين وجود عوائق كثيرة أمام عمل تلك المؤسسات فيما يتعلق بالحصول على المعلومة وفي مجال حرية الصحافة والتعبير.ويشير عريقات إلى أن الحدود إضطرت إن تسجل كشركة في بريطانيا ولا تنشر أسماء الكتاب على مقالاتها حرصًا على سلامتهم.

[105]خلال مقابلة مع عصام عريقات من خلال Facebook Messenger نظراً لإقامته في بريطانيا

ويعتبر أن الجانب المالي هو من أبرز التحديات التي تواجه شبكة الحدود، مشيرا الى أن بعض المعلنين والشركات يتهربون من العمل بشكل مباشر مع مؤسسة صحافية لا تكتب وفقاً للخطوط المرسومة من قبل الحكومة، وتخشى غالباً أن يرتبط إسمها بالمؤسسة تفادياً للصدام مع الجهات الرسمية.

ويرى عريقات أن قدرة الحدود على الإستمرار والتوسع والإنتشار خلال السنوات القليلة رغم الظروف شبه المستحيلة التي تقف أمامها تعد مؤشر نجاح كبير، حيث أنّ إزدياد عدد القراء والمشاركين، وتطور أنماط التفاعل من قبلهم مع المحتوى الذي تقدمه، ومشاركتهم بشكل مباشر في صناعة المحتوى وإقتراحه، هي مؤشرات تدل على أنّ ما يقوم به الفريق له أثر ملموس ويلاقي قبولاً وإنتشاراً واسعين. وهي تعمل حاليًا على مواصلة التطور والتوسع وخلق فرص تمويل جديدة، والتفكير الإستراتيجي للأمام، وزيادة المحتوى كمًا وكيفاً.

أكيد

تأسس مرصد مصداقية الإعلام الأردني (أكيد) في عام 2014، وهو أداة من أدوات مساءلة وسائل الإعلام. ويهدف المرصد إلى متابعة المحتوى الإعلامي في شتى وسائل الإعلام المحلية، ومتابعة كل ما ينشر عن الأردن في وسائل الإعلام العربية والإقليمية والعالمية وفق أسس ومعايير مهنية وأخلاقية معلنة. وهو أحد مشاريع معهد الإعلام الأردني،وقد تأسس بدعم من صندوق الملك عبدالله الثاني للتنمية. لذلك فان معهد الإعلام الأردني هو صاحب حقوق الملكية الفكرية للمرصد وهو المسؤول القانوني عن جميع أنشطته وبرامجه.

يقول د. باسم طويسي[106]، عميد معهد الإعلام الأردني، أن المرصد يسعى إلى تحقيق هدفين ساميين، هما ضمان حق المواطن في الحصول على المعلومة الدقيقة والصحيحة، والإسهام ما أمكن في تحسين أداء الإعلام الأردني والإرتقاء به من خلال عرض الإختلالات التي قد تطاله، والإشارة إلى أفضل الممارسات المهنية لتصحيح هذه الإختلالات.

ولتحقيق ذلك، يقول الطويسي أن مرصد أكيد يلتزم بأرفع المعايير التحريرية وأفضل الممارسات الأخلاقية في كل أعماله ووظائفه، ويسعى إلى تحقيق الحياد الإيجابي والتوازن والإنصاف والموضوعية والشفافية في مختلف المواد التي ينتجها.

وإلى حياده الإيجابي، يؤكد المرصد إستقلاليته التامة وتمسكه بها في جميع أعماله ووظائفه، فالمرصد لا يقبل الإعلانات التجارية ويتعامل بطريقة إيجابية مع مختلف وسائل الإعلام والمؤسسات الصحافية والإعلاميين، ويقف على مسافة واحدة منهم جميعا، لأن هاجسه وشاغله الأول هو مصلحة المواطن.

ويضيف الطويسي أن مرصد أكيديهدف إلى نشر ثقافة المساءلة الإعلامية بين وسائل الإعلام والصحافيين والجمهور على حد سواء، وتعميم ثقافة التأكد قبل النشر، بالإضافة إلى المساهمة في رفع كفاءة أداء وسائل الإعلام الأردنية من خلال تطوير قدرات الصحافيين على الكشف عن الأخبار الكاذبة أو المضللة أو تلك

[106]خلال مقابلة شخصية مع د. باسم الطويسي عميد معهد الإعلام الأردني

التي تعتمد على إجتزاء الحقائق، إضافة إلى الأخبار التي لا تلتزم بالمعايير المهنية، سواء ما يتعلق بمصادر المعلومات أو طريقة تناول الأخبار ومعالجتها.

شبكة الإعلام المجتمعي

هي مؤسسة غير ربحية سجلت بتاريخ 2007/3/19 بهدف تأسيس وإدارة مشاريع إعلامية وثقافية في الأردن والعالم العربي. وهي تقوم بادارة كلاً من إذاعتها المجتمعية "راديو البلد" وموقعها الإلكتروني "عمان نت".

يقول داود كتاب[107]، مؤسس ومدير شبكة الإعلام المجتمعي أن عمان نت هو أول موقع إخباري إلكتروني أردني بدأ وجوده على شبكة الإنترنت في عام 2000 تحت عنوان عمان نت، وأصبح في مقدمة مصادر المعلومات والتفاعل الصحافي مع الأردنيين داخل وخارج البلد. كما يشير كتاب إلى أن السبق الذي حققه موقع عمان نت رفع من مكانة شبكة الإعلام المجتمعي وأدى إلى إزدياد عدد متصفحي هذا الموقع بحسب المقاييس الدولية، فقد بينت نتائج دراسة مسح الجمهور الأردني المتابع لوسائل الإعلام الذي أجراه برنامج تدعيم الإعلام المستقل في الأردن ومركزه في واشنطن عبر مؤسسة آيركس (IREX) أن موقع عمان نت هو الأول بين المواقع الإخبارية في الأردن لعام 2008.

ويقول كتاب أن راديو البلد (راديو عمان نت سابقاً) يمثل أول إذاعة مجتمعية أردنية، فقد إنطلق راديو عمان نت في 2000/11/15 كأول إذاعة عربية محلية تبث برامجها بالنص والصوت والصورة الفوتوغرافية عبر شبكة الإنترنت. وقد قامت كل من منظمة اليونسكو وأمانة عمان الكبرى برعاية الراديو خلال العام الأول من إنطلاقه. ويرى كتاب أن وجود هذه الإذاعة قد ساعد على كسر الإحتكار الحكومي للإذاعات.

وفي الثاني من تموز 2005 بدأت عمان نت بثها على موجة FM 92.4 في منطقة عمان الكبرى بعد أن صدر قرار حكومي بمنح رخص لإنشاء إذاعات خاصة في المملكة. أما البرامج الإخبارية فتم ترخيصها في أيلول عام 2005.

وفي مطلع شهر كانون الثاني 2008 تم تغيير اسم إذاعة عمان نت إلى راديو البلد، ويوضح كتاب أن هذا الإسم مستوحى من عبارة وسط البلد التي تطلق على الأسواق الشعبية في وسط المدينة حيث يتجمع فيها عامة الناس. وبقي إسم عمان نت منحصراً في الموقع الإلكتروني الإخباري فقط.

حرص راديو البلد منذ البداية على تناول قضايا محلية سياسية واجتماعية وثقافية ورياضية وترفيهية تغطي منطقة العاصمة عمان انطلاقاً من شعار "صوت المجتمع... صوت الناس والبلد".

[107] خلال مقابلة شخصية مع داوود كتاب، مؤسس ومدير شبكة الإعلام المجتمعي

يعمل في شبكة الإعلام المجتمعي حوالي 12 موظفاً بنظام دوام كامل من بينهم 5 إعلاميين و7 موظفين موزعين بين التقنيين والإداريين، ولكن هناك أيضاً العديد من العاملين لدى الشبكة ممن يعملون بجهد تطوعي حيث يصل أحياناً عدد العاملين الى الثلاثين شخصاً.

وتتولى إحدى شركات المعلومات التقنية إدارة وحماية الموقع الإلكتروني الخاص بالشبكة، حيث يقول كتاب أنه تم إختراق الموقع الإلكتروني بالإضافة إلى صفحة الفيسبوك الخاصة بالشبكة مرات عديدة، ولكن تم التعامل مع الإختراق بسرعة.

ويشير كتاب إلى أن الشبكة ما تزال تبحث عن نموذج الأعمال المناسب. ورغم أن الشبكة كانت منفتحة على مبدأ الإعلان، إلا أن كتاب يرى أن الدولة التي لا تكون فيها الديمقراطية والحريات مضمونه تجعل من غير السهل أن يتعاون معظم رجال الأعمال مع إذاعة جادة كإذاعة راديو البلد، ويشير الى أن حجم الإعلانات لدى الراديو حالياً لا يغطي سوى حوالي 10% إلى 20% من مجموع نفقاته.

ويعتبر كتاب "أن الأردن بلد لا يوفر منافسة شريفة وحرة في موضوع الإعلان الإذاعي"، ويفسر ذلك بأن إذاعة راديو البلد على سبيل المثال لا تتساوى مع إذاعة هلا التي يملكها الجيش الأردني أو إذاعة أمن إف إم التي يملكها جهاز الشرطة الأردني اللتين يفترض أنهما إذاعتا خدمة عامة، ولكن ومع قيام مثل هذه الإذاعات بقبول الإعلانات أصبحت تحرم الإذاعات الخاصة من الحصول على نسبة أعلى من الإعلانات رغم أنها لا تتحمل أعباء مالية مثل تلك التي تتحملها الإذاعات الخاصة.

ويضيف كتاب أن توجه إذاعات الخدمة العامة نحو الإعلانات جعلها تحتكر بعض الخدمات التي من المفروض أن تقدمها لعامة الجمهور بدلاً من إحتكارها في سبيل إستقطاب عدد أكبر من المعلنين، على سبيل المثال فإن نشرة أخبار السير تقدم حصرياً من خلال إذاعة أمن إف إم، وهي خدمة من المفترض أن تكون متاحة للجميع ولا تقتصر على إذاعة واحدة فقط.

يقول كتاب أن الشبكة أدخلت عنصراً جديداً إلى نموذج الأعمال وهو إعادة بث نشرات الأخبار الخاصة ببعض الإذاعات والتلفزيونات مثل التلفزيون العربي مقابل رسوم شهرية. ويشمل نموذج الأعمال أيضاً تنفيذ بعض الحملات الإذاعية وتأجير أستوديوهات الشبكة لكن لا يتجاوز مقدار الدخل المترتب على ذلك 5-10% فقط من مجموع الدخل. وتفكر الشبكة حالياً بتقديم برامج تدريبية مدفوعة الأجر.

وقد مرت الشبكة بأزمة مالية قبل حوالي السنتين أجبرتها على تخفيض مساحة مكاتبها وكذلك على الإستغناء عن خدمات حوالي 17 من موظفيها.

ورغم أن الشبكة لم تواجه مشاكل في ما يتعلق بموضوع حرية الصحافة وحرية الرأي والتعبير، إلا أن كتاب يعتقد أن المناخ العام يخلق حالة من الرقابة الذاتية لدى العاملين في المجال الإعلامي مما قد يؤدي إلى تجنب تناول مواضيع معينة بشكل ذاتي.

خرابيش

إنطلقت شركة خرابيش عام 2007، بفكر عربي شامل تبنّاه المؤسسون وهم محمد عصفور، وائل عتيلي، وفا النابلسي، فراس العتيبي، وشاهر العتيبي.

تعاونت شبكة خرابيش مع فنّانين ومبدعين عرب من المحيط إلى الخليج، على سبيل المثال لا الحصر رسام الكاريكاتير عمر عدنان العبداللات وفنان الـ "ستاند أب كوميدي" رجائي قوّاس من الأردن واللذان إنضما فيما بعد كشركاء في خرابيش، وأشرف حمدي من مصر، وعبد الله جابر وياسر بكر من السعودية، وفادي إدريس وفيبا وحمزاوي من المغرب العربي، وغيرهم الكثير.

تبنّت خرابيش مواهب عربية حتى حققت أعمالاً فنّية رفيعة المستوى حازت على شعبية واسعة في العالم العربي، واستطاعت أن تدير شبكة متعدّدة القنوات على موقع اليوتيوب من إنتاجها إضافة إلى إنتاجات شركائها، لتصبح أكبر شبكة فيديوهات ذات محتوى ناطق بالعربية، بعدد مشاهدات تجاوزالخمسة مليار، وذلك بحسب وفا النابلسي[108]، نائب رئيس تطوير المؤسسة في خرابيش.

ويشير النابلسي إلى أن خرابيش هي أوّل شركة عربيّة تحصل على شهادة شراكة من موقع يوتيوب لتكون المرجع العربي الأول في تقديم خدمات حماية حقوق الملكية الفكرية، إضافة إلى تقديمها إستشارات في تقنيات إنتاج المحتوى وكيفية تطويره وزيادة مشاهداته والحصول على عائد مادي ربحي من الإنتاجات الإبداعية. كما يشير أيضاً إلى أن شبكة إنديفور إختارت شركة خرابيش في عام 2010 لتكون ضمن الشّركات الرّيادية التي تحظى بدعمها، نظراً لتميّز أداء خرابيش على مستوى الشركات الريادية في المنطقة.

تتواجد مكاتب الشركة في اربعة دول عربية وهي الأردن، المملكة العربية السعودية، الإمارات العربية المتحدة والعراق لتغطي بمحتواها دول الشرق الأوسط وشمال إفريقيا. وتضم مجموعة من المحترفين العرب من كتاب للمحتوى العربي الأصلي والمكون من 5 كتاب و3 باحثين و20من التقنيين. يتواصل الفريق مع المجتمع التقني عن طريق العمل الإحترافي الموكل او المنتج عن طريق الشركة. كما أن جميع حقوق العمل الفني محمي رقمياً عن طريق الشراكة الإستراتيجية مع شركة يوتيوب.

لدى خرابيش نموذج أعمال يقوم على مبدأ البيع المباشر للخدمات والإستشارات والعائد من الإنتاج الفني للعملاء،كما تحتضن أيضا مجموعة من الموهوبين العرب والتي تتعامل معهم بمبدأ الشراكة ومقاسمة الأرباح العائدة من النشر والإعلان الرقمي.

---

[108] خلال عدة مكالمات هاتفية ومراسلات من خلال البريد الإلكتروني

وفي ما يتعلق بالقدرة على النفاذ إلى المعلومات، يقول صالح حباب[109] مدير الإنتاج في خرابيش أنهم لم يواجهوا أي مشاكل في الوصول إلى المعلوماتأو قيود على حرية الرأي والتعبير.ويشير إلى أن التحديات التي تمر بها الشركة هي التحديات المادية والتمويلية والتسويقية والتي عادة ما تكون هي نفس التحديات لأي شركة ريادية في الشرق الأوسط وشمال افريقيا وخاصة العاملة في مجال الخدمات والإعلام.

ويضيف أنه بالرغم من تلك التحديات، فإن خرابيش مازالت في تصاعد نسبي منذ إنشائها، وأن الإصرار والعمل بروح الفريق هو ما يبقي خرابيش على ساحات المنافسة.

شبكة أريج

تأسست شبكة أريج كشبكة تعنى بترسيخ مبادئ صحافة الإستقصاء في العالم العربينهاية 2005 في عمان-الأردن، لتساهم في دعم صحافة إحترافية مستقلة ذات جودة عالية، وذلك عبر تمويل تحقيقات إستقصائية وتقارير معمقة، إضافة إلى تنظيم ورش تدريب، وتوفير خبرات إشراف على يد إعلاميين محترفين، وتساعد الصحافيين العاملين في الصحف، والإذاعات ومحطات التلفزة وكذلك مواقع الإنترنت في كل من الأردن، سوريا، فلسطين، لبنان، مصر، العراق، البحرين، اليمن وتونس[110].

تكمن مهمة أريج بشكل عام في رفع مستوى صحافة الإستقصاء، وهي عنصرأساسي في المجتمعات الحرة ترتكزإلى توثيق الحقائق، والتقصي في العمق بحثا عن الوقائع من مصادرمتعددة. وتوفّرأيضا مفتاحا لضمان الشفافية، المساءلة ومنصة لتنوع الآراء ووجهاتالنظرالمتباينة.

ولتحقيق هذه المهمة تعمل أريج على:

- توفيرتدريب نوعي وموارد متعددة لدعم صحافيي الإستقصاء.
- تعزيزالإلتزام بمعاييرإحترافية عالية.
- تنظيم ورش تدريب متخصصة في تشفيرالبيانات لحماية مصادرالصحافيين وملفاتهم.
- الإستثمارفي المستقبل، بحيث تغدوأريج شريكاً يقدم النصح والتدريب للعديدمن هيئات صحافة الاستقصاء في عواصم عربية.
- تعريف الإعلاميين العرب بمنصات بحث ونشر/ بث عالمية.

يعمل حالياً في شبكةأريج 27 شخصاً، منهم 19 بدوام كامل، 3 بدوام جزئي و4 من برنامج زمالة أريج بالإضافة إلى مستشارة واحدة.

وتتوزع مهام فريق العمل ضمن نظام الدوام الكامل بين التحريروالأبحاث (صحافيون) ويبلغ عددهم 11 شخصاً، والدعم التقني ويبلغ عددهم 4 أشخاص، بالإضافة إلى الإدارة والبرامج وتطويرالأعمال ويبلغ عددهم 11 شخصاً.

---

[109]خلال عدة مكالمات هاتفية ومراسلات من خلال البريد الإلكتروني

[110]تم الحصول على معلومات شبكة أريج من خلال موقعهم الإلكتروني بالإضافة إلى المكالمات الهاتفية والمراسلات من خلال البريد الإلكتروني مع تمارا قراعين مديرة البرامج في أريج

يعتمد نموذج الأعمال لدى شبكة أريج على المنح بشكل رئيسي، كحال العديد من المنظمات الصحافية غير الربحية، ويتم ذلك من خلال شبكة من المانحين والشركاء طورتها شبكة أريج منذ تأسيسها. كما تعمل الشبكة على تطوير خدمات موازية من الممكن أن تنمو خلال الأعوام القادمة وتساعد في توفير اللازم لتغطية العجز في الميزانية ومنها:

1. رسوم التسجيل في ملتقى أريج السنوي.
2. برامج الرعاية لملتقى أريج السنوي.
3. تصميم وتنفيذ حملات تسويقية تستهدف الصحافيين العرب.
4. مشاركة نفقات لإنتاج تحقيقات إستقصائية مع مؤسسات إعلامية عالمية.

بالإضافة إلى ذلك، تعمل الشبكة حالياً على دراسة إمكان إضافة خدمات جديدة مثل:

1. أرشيف أريج، حيث أن لدى الشبكة أرشيفاً كبيراً من مختلف أنحاء العالم العربي، وتعمل الشبكة الآن على أرشفة وتوثيق المواد التصويرية، لعمل مكتبة من الممكن بيعها لوكالات الأنباء والمؤسسات الإعلامية ومن المتوقع إطلاق هذه الخدمة في 2020.
2. عضوية شبكة أريج، إذ أن الشبكة تعمل حالياً على تصميم نظام عضوية، وتوفير خدمات للأعضاء، مقابل اشتراك سنوي رمزي، بالاضافة إلى مكتب أريج للبيانات والأبحاث.

و في ما يتعلق بقدرة شبكة أريج على النفاذ والوصول إلى المعلومات، فالشبكة تعمل منذ إطلاقها على تشجيع صحافييها على ممارسة حقهم في الحصول على المعلومة لإنجاز تحقيقات استقصائية، كون حق الحصول على المعلومة هو حق مشروع يساعد الصحافي على التثبت من المعلومة لتعزيز مفهوم الصحافة الاستقصائية القائمة على كشف قضية تهم الرأي العام من خلال توثيق الحقائق ومواجهة المتسببين لصالح الشفافية والحاكمية الرشيدة.

تواجه أريج الكثير من التحديات في مساق عملها التي لا تنحصر في وجه واحد فقط. فمثلا، بما أن مهمة أريج توثيق الحقائق والتقصي في العمق، فإن الحرص على سلامة الصحافيين من أهم التحديات التي تواجهها. أيضا، التضييق على الصحافيين من قبل الحكومات العربية والأجهزة الأمنية أو عدم فهم بعض المسؤولين لقانون حق الحصول على المعلومات وبالتالي عدم تطبيقه.

وتطمح أريج إلى الإحتفاظ بأفضل المهارات المهنية مع ضمان الإستدامة. وبما أن أريج تضم موظفين من مختلف الجنسيات العربية، فإنها تواجه صعوبة في تحصيل إقامات عمل للموظفين العرب العاملين بالشبكة من غير الأردنيين. مع ذلك، تواصل أريج بجهد كبير مساندة موظفيها والعاملين معها، والحفاظ على سلامتهم وتوفير البيئة الملائمة للعمل.

تقوم شبكة أريج بقياس نجاحها بناءاً على الأثرالذي تحدثه من خلال التدريب والتحقيقات الإستقصائية التي تنتجها ومن خلال أوراق السياسات والدراسات والأبحاث والكتب التدريبية التي تطلقها.

على سبيل المثال، في العام 2009، أطلقت شبكة أريج بتمويل من منظمة اليونيسكو دليل أريج للصحافة الاستقصائية "على درب الحقيقة"، وترجم الدليل حت ىالآن إلى 14 لغة، ويعتبر من المراجع الرئيسية للصحافة الاستقصائية، وبات هذا الدليل يدرس في العديد من البلدان العربية.

2- نموذج لمشروع إعلامي ناشيء (لم يستمر)

تلفاز بحر الشبكي

تأسس تلفاز بحر الشبكيفي شباط 2017 للعمل على صناعة القصص الصحفية الفيديوية في الأردن، منطلقاً من العاصمة عمان، على يد طلاب في عامهم الثاني في كلية الإعلام . وقد إستمر عمل المشروع عاماً واحداً قبل أن يتوقف.

يقول عبد الجبار زيتون[111] أحد مؤسسي المشروع أن تلفاز بحر الشبكي إنطلق من إيمان مؤسسيه بحرية التعبير والمعتقد وبضرورة الإلتزام بالموضوعية والتوازن في طرح المواضيع المختارة، وحق المشاهد بمعرفة الحقيقة أو محاولة الوصول إليها.

ويضيف أن موضوعات تلفاز بحر الشبكي إعتمدت اولا على تقديم رسائل تثقيفية وتعريفية للأشياء، بقالب يواكب التطورات التقنية في مجالات الإنتاج المرئي، تزامناً مع إيمان مؤسسي التلفاز بعدم إحتكار الثقافة ونخبويتها، ما وفّر مساحة من التنوع. فبين تغطية ضروريات الحياة اليومية وهموم العقل المجتمعي، تم العمل أيضاً على تعزيز المحتوى الترفيهي الهادف.

وقد تكوّن فريق عمل تلفاز بحر الشبكي من أربعة صحافيين فيديو، عملوا سوياً كتقنيين ومطورين للمواد فكان كل فرد منهم يقوم بكتابة مادته وإجراء البحث الأولي وإعداد المحاور والتنفيذ، وبعد ذلك يتم تحديد مسؤول من ضمن فريق العمل عن أحد هذه المراحل كمحرر، فهناك على سبيل المثال محرر مادة بحثية، ومحرر إعداد ومحاور، ومحرر فيديو.

اعتمد نموذج الأعمال البدائي للمشروع على المنح والشراكات، فكان فريق العمل في باديء الأمر يبحث عن شراكات مع مؤسسات قطاع خاص لديها إهتمامات في مجالات عمل التلفاز، أو عن منح مؤسسات وطنية تُعنى بالإنتاج الصحافي أو الإبداعي.

ويشير زيتون إلى أن فريق العمل واجه بعض المصاعب في الحصول على المعلومات في قطاعات معينة مثل قطاع الصحة النفسية مثلاً، ويعتقد أن صعوبة الوصول للمعلومات كان أمراً متعلقاً بندرتها أصلاً وعدم توافرها، وليس لقيود تتعلق بحق الحصول على المعلومة، مضيفاً أن سبب المشكلة الرئيسية المتعلقة بالمعلومات في الأردنهي عدم توفر عملية فرز وتنظيم وتحليل كاف للبيانات ليتم تداولها كمعلومات من مصادرها الأساسية.

---

[111] خلال عدة مكالمات هاتفية ومراسلات من خلال البريد الإلكتروني

وعن أسباب توقف مشروع تلفاز بحر الشبكي يقول زيتون أن العائق الرئيسي كان التمويل،مع أنه لقي تفاعلاً جماهيرياً جيداً بأبسط الإمكانيات المالية والتقنية. غير أن زيتون يعتقد أن معرفة فريق العمل التقنية آنذاك لم تكن كافية لتغطي جميع جوانب العمل، وبسبب قلة التمويل لم يكن من الممكن التعاقد مع أفراد من خارج الفريق كمتعاونين غير متفرغين.فعلى سبيل المثال كانت هناك تحديات عديدة فيما يتعلق بإختصاصيي وسائل التواصل الاجتماعي. ولكن كطلاب في عامهم الثاني في كلية الإعلام لم يستطع مؤسسو المشروع توفير مبالغ مالية لذلك.

ويعتبر زيتون ان ليس هناك سبباً واحداً حال دون إستمرار المشروع، فضعف الموارد المالية وقلة الخبرة في إدارة المؤسسات الإعلامية وقلة النضج في فهم سوق الإنتاج المرئي تضافرت في ذلك. ويضيف بأن مؤسسي التلفاز تعلموا من التجربة أن تأسيس مشروع إعلامي ناشئ يحتاج لعدة عوامل وليس لمحتوى جيد فقط، اذ أن هناك مهارات إدارية ومالية وتقنية عدة يجب توفرها في فريق العمل لكي يؤمن إستمراريته المشروع.

ثالثا: التحديات التي تواجه المشاريع الإعلامية الناشئة

لا شك بأن هناك العديد من التحديات التي تواجه المشاريع الإعلامية الناشئة والتي تؤثر بشكل مباشر إما على إستمراريتها أو على تطورها وقدرتها على المنافسة.

والمشاريع الإعلامية الناشئة كغيرها من المشاريع والمؤسسات الأخرى في قطاع الأعمال الأردني تأثرت بالتغييرات الإقتصادية والسياسية والإجتماعية التي طرأت على الأردن، كالأزمة الاقتصادية العالمية التي عصفت بمعظم إقتصاديات دول العالم، والإضطرابات والنزاعات الإقليمية التي ساهمت بشكل مباشر في التأثير على الوضع السياسي والأمني في البلاد بالإضافة إلى ما ترتب على ذلك من تبعات إقتصادية وإجتماعية.

إلا أن هذا لا يعني أن القطاع الإعلامي في الأردن لا يواجه تحديات خاصة به فرضتها عليه طبيعة العمل المنوط به سواء على المستوى الإقتصادي، الديمقراطي أو حتى ما يتعلق بالتشريعات الناظمة للعمل الصحافي.

إن المشاريع الإعلامية الناشئة لا تواجه فقط التحديات الخاصة بالقطاع الإعلامي والتي من أهمها القوانين والتشريعات التي تنظم عمل المهنة ونسبة حرية الصحافة والرأي والتعبير، بل تواجه أيضاً تحديات إقتصادية كتلك التي تواجهها المشاريع الناشئة في الأردن بشكل عام سواء في ما يتعلق بتكاليف إنشاء الشركات وترخيصها والأعباء المالية المترتبة على ذلك، وتحقيق نموذج أعمال مستدام، بالإضافة إلى البيئة الحاضنة لريادة الأعمال والإبتكار والتنافسية.

كما أن موقع الأردن الواقع ضمن إقليم مضطرب سياسياً وأمنياً قد يجعل العديد من أصحاب المشاريع وخاصة الناشئة ذات رأس المال المحدود يترددون في التوجه نحو تأسيس مشروع خاص بهم لما قد يترتب على ذلك من مجازفة بما يملكون من رأس المال.

ويمكن تصنيف التحديات التي تواجه المشاريع الإعلامية الناشئة في الأردن تحت خطوط عريضة أهمها:

1- البيئة القانونية والتشريعية

وتنقسم إلى جزئين: القوانين والتشريعات الخاصة بقطاع الصحافة والإعلام، والإطار التشريعي للشركات أو المشاريع الريادية والناشئة.

أ- القوانين والتشريعات التي تنظم عمل وسائل الإعلام

تخضع ممارسة العمل الصحافي في الأردن إلى منظومة من القوانين والتشريعاتيأتي من ضمنها قانون المطبوعات والنشر، قانون ضمان حق الحصول على المعلومات، قانون العقوبات، قانون إنتهاك حرمة المحاكم، قانون نقابة الصحافيين الأردنيين، قانون حماية أسرار ووثائق الدولة، قانون منع الإرهاب، قانون الجرائم الإلكترونية، قانون الإعلام المرئي والمسموع، قانون محكمة أمن الدولة، قانون حماية حق المؤلف، بالإضافة إلى مجموعة من الأنظمة التي لها علاقة بإجازة المصنفات وترخيص المؤسسات ورخص البث وغرامات التأخير وهي أنظمة مرتبطة بقانون المرئي والمسموع.

وعليه، فإن المحتوى الإعلامي يجب أن يراعي كل تلك القوانين والأنظمة وإلا تعرض صاحب هذا المحتوى للمساءلة القانونية.

إن تعدد القوانين والأنظمة التي تنظم العمل الصحافي والإعلامي في الأردن يراها الكثيرون من العاملين في هذا القطاع مربكة ومقيّدة للعمل الصحافي وللصحافيين على حد سواء، وذلك لما قد يترتب عليها من تبعات قانونية ولما لها من تأثير مباشر على حرية العمل الإعلامي وحرية الرأي والتعبير.

وفي هذا الإطار، يرى المحامي المختص بقضايا الإعلام والجرائم الإلكترونية، خالد خليفات[112]، أن منظومة التشريعات المتعلقة بالإعلام بحاجة إلى مراجعة، اذ أن من الأفضل تخفيف عدد التشريعات المتعلقة بممارسة الصحافة بحيث يخضع العمل الصحافي لعدد أقل من القوانين يتم صياغتها بشكل أكثر شمولاً.

ورغم أن قانون المطبوعات والنشر الأردني لا يتضمن عقوبة حبس أو توقيف للصحافيين، إلا أن ذلك لا يعطي الصحافي الحصانة اللازمة التي تمكنه من تناول القضايا الصحافية بحرية وممارسة دور الرقابة على السلطات الدستورية الثلاث كجزء من مهام الصحافة التي عادة ما يطلق عليها إسم السلطة الرابعة. إذ يمكن

[112] خلال مقابلة شخصية مع المحامي خالد خليفات

أن يتعرض الصحفي للتوقيف أو الحبس بموجب بعض القوانين الأخرى مثل قانون العقوبات، قانون الجرائم الإلكترونية، وقانون منع الإرهاب.

على سبيل المثال في 16 كانون الثاني من عام 2018 أوقف مدّعي عام عمّان كلاً من رئيس تحرير موقع "جفرا نيوز" الصحافي عمر المحارمة وزميله الصحافي شادي الزيناتي، إثر شكوى تقدّم بها وزير المالية السابق عمر ملحسبحقهما، على خلفية نشر مادة صحفيةللزيناتي على الموقع تتعلق بقضية تهرّب ضريبي لبعض المسؤولين الأردنيين.

وأحال المدّعي العام كلاً من المحارمةوالزيناتي إلى مركز إصلاح وتأهيل الجويدة وقرر توقيفهما لمدة أسبوعين، وأُطلق سراحهما بكفالة بعد يومين فقط من التوقيف.وقال الزيناتي[113] إن المدعي العام أوقفهما بناء على المادة 11 من قانون الجرائم الإلكترونية، وليس بناء على قانون المطبوعات والنشر والذي يجب أن تتم محاكمتهما بناء على مواده، اذ أن المادة الصحافية نشرت في وسيلة إعلام مرخصة.

يقول خليفات[114] أن قانون الجرائم الإلكترونية دفع الصحافيين إلى ممارسة الرقابة الذاتية بشكل كبير، وهو ما قد يؤثر عملياً على حرية الرأي والتعبير لأن ذلك قد يعني الإمتناع عن تناول مواضيع وقضايا معينة خوفاً من المسائلة القانونية.

وفي مطلع عام 2015 قامت الاجهزة الأمنية الأردنية بإعتقال مؤسس موقع سرايا الإخباري هاشم الخالدي ورئيس تحرير الموقع سيف عبيدات وأحالتهما الى محكمة امن الدولة على خلفية قيام الخالدي بنشر مقال على الموقع يتعلق بقضية الطيار معاذ الكساسبة والذي كان آنذاك لا يزال اسيراً لدى تنظيم داعش الإرهابي. وعلى إثر ذلك، تم توقيف الخالدي وعبيدات 14 يوما في سجن ماركا، وإدعت عليهما دائرة نائب عام محكمة أمن الدولة على اساس قيامهما بإستخدام وسائل إعلامية للترويج لأفكار جماعة إرهابية، والقيام بأعمال من شأنها أن تعرض الأردنيين لخطر أعمال عدائية وانتقامية[115]، خلافا لأحكام المادتين 3 و7 من قانون منع الإرهاب رقم 55 الصادر سنة 2006 وتعديلاته.وبحسب محمد قطيشات[116] فان مدير عام هيئة الإعلام فإن المدعي العام آنذاك أعلن عدم إختصاصه في القضية.

قانون حق الوصول الى المعلومات

أما في ما يتعلق بقانون حق الحصول على المعلومات، ورغم أن الأردن كان من أوائل دول المنطقة التي أصدرت قانون حق الحصول على المعلومات في عام 2007 بهدف تسهيل الحصول على المعلومات للمواطنين والصحافيين على حدٍ سواء، إلا أن القانون لم يحقق نتائج ملموسه حتى الآن في ما يتعلق بالقدرة على النفاذ إلى المعلومات والبيانات والوثائق الرسمية.

---

[113] الزميل الزيناتي يتحدث لـ"أخبار البلد"عن توقيفه.. ويكشف أصعب ما واجهه https://goo.gl/uEJKKx
[114] مصدر سابق
[115] ترهيب حرية الرأي في إطار مكافحة الإرهاب في الأردن http://www.legal-agenda.com/article.php?id=1013
[116] خلال مقابلة شخصية مع محمد قطيشات- مدير عام هيئة الإعلام

فقد وُجهت إنتقادات للقانون تتعلق ببعض مواده خاصة تلك التي أعطت حق الحصول على المعلومات للمواطنين الأردنيين فقط، وقيدت هذا الحق بوجود سبب أو مصلحة مشروعة.كما أن القانون يواجه إنتقادات أخرى تتعلق بالإستثناءات على حق الحصول على المعلومات وخاصة المادة 13 منه.

ويضيف خليفات[117]: رغم وجود قانون ضمان حق الحصول على المعلومات، إلا أن إستثناءاته كثيرة، على سبيل المثال الفقرة أ من المادة 13 والتي تتعلق بقانون حماية وثائق أسرار الدولة تمنح الحق للمسؤول بالإمتناع عن الكشف عن الكثير من المعلومات لمجرد دمغها بخاتم سري للغاية او سري او محدود، رغم أنها قد لا تكون بالضرورة وثيقة سرية او تحتوي على معلومات سرية، لأن تصنيف الوثائق لازال رهن رأي المسؤول. ويعتبر أنه أصبح من المُلح اليوموضع آلية لتصنيف المعلومات، وتعديل القانون وقد يكون من الأنسب إلغاء القانون وإستحداث قانون جديد.

لكنه يشير أيضاً إلى عدم وجود الثقافة الكافية عند طالب المعلومة أحياناً حول كيفية إستخدام حقه في الحصول على المعلومات وكيفية الوصول إليها وإستخدامها عند الحصول عليها.

قيود مقوننة

ولعل من أكثر القوانين التي أحدثت جدلاً في الوسط الإعلامي، وما زالت تواجه الكثير من الإنتقادات وخاصة من قبل المواقع الإخبارية الإلكترونية هو القانون المعدل لقانون المطبوعات والنشر لسنة 2012 والذي فرض على المواقع الإلكترونية التسجيل والترخيص كأي مطبوعة صحافية، اذ ان الكثير من المواقع الإلكترونية اعتبرت أن هذا القرار هو شكل من أشكال تقييد العمل الصحافي كون الترخيص يعني الحصول على إذن بممارسة العمل الصحافي من قبل الحكومة، ولذلك فقد رفضت العديد من هذه المواقع الترخيص لكونه يتعارض مع مبدأ حرية الصحافة.

وقد ترتب على مقاطعة الترخيص أن تم حجب حوالي الـ 290 موقعا إلكترونيا عام2013[118]، وتم رفع قضية إدارة مؤسسة صحافية غير مرخصة ضد بعض هذه المواقع، ما دفعالكثير منالمواقع الإلكترونية المتضررة إلى الترخيص رغم عدم قناعتها بالقرار وذلك لكي تتمكن من مواصلة ممارسة عملها الصحافي.

ويترتب على الترخيص وحسب شروطه الأساسية تعيين رئيس تحرير متفرغ للموقع الإعلامي الإلكتروني، على أن يكون عضواً في نقابة الصحافيين لمدة لا تقل عن أربع سنوات، وهو أحد المتطلبات التي تشكل عبئاً على الصحافيين والمؤسسة الصحافية على حد سواء، كما سيتم توضيحه لاحقاً.

تقول عجيلات[119] أن المفارقة أن يكون المكلف بتنفيذ القوانين المتعلقة بالعمل الصحافي في الأردن بما في ذلك القانون المعدل لقانون المطبوعات والنشر لسنة 2012 هو نفسه المحامي الذي كان من أهم الناشطين

---

[117]مصدر سابق

[118]دعوة حقوقية لإلغاء حجب مواقع بالأردن https://goo.gl/b8EpL1

[119]مصدر سابق

آنذاك ضد قانون المطبوعات والنشر وضد ترخيص المواقع الإعلامية الإلكترونية وهو مدير عام هيئة الإعلام حالياً محمد قطيشات.

ان أحدى الإشكاليات الهامة هيموضوع تصنيف العاملين في مهنة الصحافةكصحافيين أو كمنتحلي صفة صحافيين، اذ يتم ذلك بناء على محددات كل من قانون المطبوعات والنشر وقانون نقابة الصحافيين الأردنيين.وينص كلا القانونين على أن عضو النقابة المسجل لدى نقابة الصحافيين الأردنيين واتخذ الصحافة مهنةً له وفق أحكام قانون النقابة هو فقط من يمكن إعتباره صحافياً.علاوة على ذلك فإنه لا يمكن للأشخاص غير المصنفين كصحافيين حسب تعريف هذين القانونين ممارسة مهنة الصحافة بأي شكل من أشكالها بما في ذلك مراسلة المطبوعات الدورية ووسائل الإعلام الخارجية او التعريف بأنفسهم على أنهم صحافيون[120].

وقد يتسائل البعض ما المانع إذاً من الإنتساب للنقابة طالما أنها ستوفر مظلة شرعية لممارسة العمل الصحافي؟ الواقع أن شروط الإنتساب الى نقابة الصحافيين الأردنيين هي شروط يعتبرها الكثيرون غير واقعية وشبه مستحيلة في بعض الأحيان. فحسب قانون نقابة الصحافيين الأردنيين[121]يشترط في من يسجل في النقابة أن يكون قد تدرب على ممارسة مهنة الصحافة مدة لا تقل عن سنتين،على أن يكون هذا التدريب تم بالممارسة الفعلية في أي مؤسسة صحافية أو مؤسسة إعلامية رسمية.

وبطبيعة الحال فإن الصحافيين غير العاملين في المؤسسات الإعلامية الرسمية وممن لم يتدربوا فيها لمدة سنتين على الأقل لن يكون بإمكانهم الإنتساب إلى النقابة والحصول على مسمى صحافي بغض النظر عن حجم خبرتهم العملية في الحقل الإعلامي وحتى وإن كانوامن العاملين لدى كبرى وكالات ووسائل الإعلام العالمية.

وهنا تبرز الإشكالية التي تعاني منها الكثير من المواقع الإلكترونية الإعلامية، وهي إشتراط تعيين رئيس تحرير متفرغ للموقع الإلكتروني على أن يكون عضواً في نقابة الصحافيين الأردنيين لمدة لا تقل عن أربع سنوات، وذلك بموجب القانون المعدل لقانون المطبوعات والنشر لسنة 2012. ونظراً لصعوبة تحقيق هذا الشرط، فقد لجأت بعض المواقع الإلكترونية الإعلامية إلى تعيين رئيس تحرير للموقع الإلكتروني ممن هم أعضاء في النقابة، تعييناً شكلياً فقط من باب إستيفاء الشروط.

يعتبر الطويسي[122] أن نقابة الصحافيين تقيّد العضوية وهي لم تدخل العالم الرقمي بعد، وما تزال توجهاتها الإعلامية تقليدية وذلك يحد من قدرة الشباب على المبادرة بإنشاء مشاريع أو مبادرات إعلامية.ويضيف أن

[120]المادة 10 من قانون المطبوعات والنشر

[121]قانون نقابة الصحافيين الأردنيين http://www.jpa.jo/Inner.aspx?lng=2&pa=Details&Type=12&ID=247

[122]مصدر سابق

البيئة التشريعية في الأردن على الرغم من أنها أفضل من غيرها بين دول المنطقة، إلا أنها ليست صديقة بالكامل لريادة الأعمال في المشاريع الإعلامية.

مستوى الاردن في حرية الصحافة

إن الحديث عن منظومة القوانين والتشريعات التي تنظم العمل الإعلامي في الأردن تقود إلى تساؤل عن مدى حرية الصحافة في الأردن. من المنظور العالمي، وحسب تقرير منظمة مراسلون بلا حدود للعام 2018[123]، جاء الأردن في المركز 132 عالمياً في حرية الصحافة، متقدمًا بذلك ستة مراكز مقارنة بترتيبه الوارد في تقرير المنظمة لعام 2017 التي حلّ فيه الأردن في المركز 138.

رغم هذا التقدم، إلا أن الأردن لا يزال حسب التقرير مصنفاً على أنه حر صحافياً ولكن ليس بدرجة كبيرة.وتعتمد هذه المنظمة في تصنيفها على عدة عناصر من بينها تدخل السلطات في وسائل الإعلام، القوانين والتشريعات،قدرة الصحافيين على الوصول إلى المعلومة، إلى جانب محاكمة الصحافيين.

أما مؤسسة فريدوم هاوس فصنفت حرية الصحافة في الأردن لعام 2018على أنها غير حرة.[124] إذ حصل الأردن على ترتيب 5 من 7 على مقياس الحرية بشكل عام حيث رقم واحد يعني الأكثر حرية بينما رقم سبعة يشير إلى الأقل حرية.

وأما من المنظور المحلي، فيرى البعض أن الأردن يوفّر إلى حد ما مساحة معقولة من حرية الصحافة، وينسب البعض الاخر وجود بعض القيود عليها للظروف السياسية.يقول خليفات أن مدى حرية الصحافة والتعبير يرتبط بالجو السياسي، على سبيل المثال فإن تناول موضوع معيّن خلال ظرف سياسي ما، قد يعرّض صاحبه للمساءلة وذلك لما قد يترتب على طرح هذا الموضوع في هذا التوقيت من تبعات.

ويقول الطويسي أن حرية الصحافة ووسائل الإعلام شهدت مداً وجزراً خلال العقدين الأخيرين، بمعنى أنه يوجد تقدم وتراجع، ويعود ذلك جزئيا إلى الأوضاع السياسية الإقليمية.كما يشير إلى أن تراجع حرية الصحافة والتعبير يساهم سلباً في نمو المشاريع الصغيرة المتخصصة في الإعلام لأن المحتوى يرتبط إرتباطاً وثيقاً بحرية التعبير وحرية الإعلام.

[123] https://rsf.org/en/jordan
[124] https://freedomhouse.org/report/freedom-world/2018/jordan

ب- الإطار التشريعي للشركات أو المشاريع الريادية والناشئة

ان الحديث عن المؤسسات الريادية أو الناشئة لا تعني فقط المؤسسات الإعلامية فيها، بل المؤسسات الناشئة والريادية من مختلف القطاعات والتخصصات. والمشاريع الإعلامية الناشئة كجزء من هذه المنظومة فإنهاتتأثر بشكل مباشر بكل ما يتعلق بها من قوانين وإجراءات.

إن وجود إطار تشريعي خاص بالمؤسسات الريادية والناشئة سيسهّل عملية الوصول إلى تعريف محدد لهذا القطاع وبالتالي القدرة على منحه الخصوصية التي يحتاجها وتحديد متطلبات دعمه وتطويره، بالإضافة إلى تحديد الجهة المسؤولة عن تنظيمه.

ولا بد من الإشارة إلى أن الأردن حتى الآن لا يوجد لديه إطار تشريعي خاص بتنظيم عمل قطاع ريادة الأعمال أو المؤسسات والمشاريع الناشئة، إلا أن وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات أعلنت بداية العام الحالي عن إطلاق حوار تحضيري لإعداد إطار تشريعي للشركات الريادية والناشئة بالشراكة مع اللجنة الوطنية لريادة الأعمال المشكلة بقرار من رئاسة الوزراء[125].

ويهدف الحوار إلى إعداد إطار تشريعي للشركات الريادية الناشئة خلال العام الحالي، للوصول إلى تشريع مسودة نظام أو مشروع قانون يتضمن حلولاً جذرية للتحديات والصعوبات التي تواجه الرياديين، وكذلك لتوفير وخلق بيئة ممكنة ومحفزة ومسرعة لريادة الأعمال والشركات الناشئة في الأردن.

2- تمويل المؤسسات الناشئة

عادة ما يكون التمويل من ضمن التحديات الأساسية التي تواجه المشاريع الناشئة والريادية، وخاصة إذا ما أخذنا بعين الإعتبار أن معظم مؤسسي هذه المشاريع يقومون بتغطية تكاليف التأسيس والنفقات التشغيلية للمراحل الأولى من أموالهم الخاصة، وبالتالي فإن الحاجة إلى إيجاد مصادر تمويل بديلة ومستدامة تصبح مُلحة لضمان إستمرارية هذه المشاريع والعمل على تطويرها بما يحقق لها القدرة على المنافسة.

والمشاريع الإعلامية الناشئة في الأردن لا تختلف كثيراً عن مثيلاتها في الوطن العربي، فإنتاج محتوى إعلامي ذي قيمة صحافية ومجتمعية وضمن معايير تقنية عالية الجودة يتطلب مبالغ كبيرة في مختلف مراحل إعداده وإنتاجه، وبالمقابل فإن المردود المادي الذي يجنيه مثل هذا المحتوى عادة ما يكون متواضعاً ولا يغطي غالبا تكاليف إنتاجه الأساسية. ويعود ذلك إلى عدة عوامل من ضمنها الوضع الاقتصادي السائد، حيث أن لدى الكثير من فئات المجتمع أولويات إقتصادية قد تكون بالنسبة لهم أكثر أهمية من الإنفاق على المحتوى الإعلامي، كمتطلبات الحياة الأساسية.

كما تسود لدى الغالبية العظمى من المجتمع الأردنيثقافة عدم جدوى الإشتراكات المدفوعة للمحتوى الإعلامي، فالجمهور بشكل عام لديه إعتقاد بأن الأخبار والمعلومات متاحة بأكثر من شكل ومن أكثر من

[125] إطلاق حوار لإعداد إطار تشريعي للشركات الريادية والناشئة https://goo.gl/EtaJJp

مصدر من خلال شبكة الإنترنت، وهم إن لم يستطيعوا الحصول عليها مجاناً من خلال موقع أو مؤسسة إعلامية ما، فسيكون بإمكانهم الوصول إليها من عدة مصادر أخرى. ورغم أن عينة البحث من المشاريع الإعلامية في هذه الدراسة تعتبر من الأكثر شهرة ومتابعة وتقوم بإنتاج محتوى خاص بها إلا أن هذه المشاريع لا يوجد ضمن نموذج أعمال أي منها "إشتراكات مدفوعة".

كما لا يمكن فصل الموضوععن الأزمات السياسية في المنطقةالتي كان لها تأثيرٌ مباشرعلى قطاع الأعمال في الأردن. فبعد إندلاع الأزمة السورية وتدفق اللاجئين السوريين إلى المملكة، أصبح تقديم الدعم المالي والخدمات الإغاثية للاجئين داخل الأردن من أولويات المنظمات الدولية المانحة، مما قلل حجم المنح والتمويل الموجه للمشاريع الإعلامية الناشئة والتي كانت تعتمد إلى حد كبير على هذه المنح كمصدر رئيسي للتمويل.على سبيل المثال يقول كتاب[126] أن شبكة الإعلام المجتمعي إعتمدت في الفترة الأولى بنسبة مئة بالمئة تقريباً على المنح التي كانت متوفرة بشكل كبير، ولكنها أصبحت قليلة حالياً نظراً لأزمة اللجوء السوري بعدما توجهت معظم المنح لخدمات الإغاثة ودعم اللاجئين.

لذلك فان نموذج الأعمال يبقى احد أهم العناصر التي لها تأثير مباشر على التمويل، اذ أن القدرة على الوصول إلى نموذج أعمال مناسب يقوم على مبدأ التنوع والمرونة وقابلية التطور سيكون له القدرة على توفير التمويل اللازم للمشروع الإعلامي تدريجياً، وسيقلل من الإعتماد على مصادر التمويل الخارجية كالمنح والقروض.

ورغم التحديات التي تواجه المشاريع الإعلامية الناشئة في الأردن، إلا أن السوق الأردني يشهد إزدهاراً واضحا في ما يتعلق بإنتاج المحتوى على الإنترنت، اذ أن 75% من المحتوى العربي على شبكة الإنترنت الدولية مصدره أردني[127]. كما تبلغ نسبة الشباب ممن هم دون الـ 30 عاماً 68% من نسبة السكان في الأردن، ما يعني نسبة كبيرة من التفاعل مع المشاريع الإعلامية الريادية التي تقدم محتواها من خلال وسائل التكنولوجيا الرقمية الحديثة.

رابعا: الإعلام والإبتكار والريادة في الجامعات الأردنية

عرَفت منظمة التعاون الإقتصادي والتنمية[128] (OECD) الإبتكار على أنه تنفيذ لمنتج سواء كان سلعة أو خدمة، أو عملية جديدة أومحسنة بشكل معتبر، أو أسلوب تسويق جديد، أو أسلوب تنظيمي جديد في ممارسات الأعمال أو في تنظيم مكان العمل أو في العلاقات الخارجية.
وبحسب مؤشر الإبتكار العالمي فقد جاء الأردن بالمرتبة 79 عالمياً للعام 2018 وبدرجة 30.8، فيما حصل على المرتبة 14 على مستوى الإقليم والمرتبة التاسعة عربياً[129].

---

[126]مصدر سابق

[127]Jordan: Growth and Opportunity, the London Initiative – 28 February 2019
https://www.gov.uk/government/speeches/jordan-growth-opportunity-the-london-initiative-28-february-2019

[128] https://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=6865

[129] https://www.globalinnovationindex.org/gii-2018-report#

وقد ادّى العديد من العوامل في حصول الأردن على هذا الترتيب كان من أهمها صعوبة الحصول على التسهيلات المالية، ضعف النمو في نصيب العامل الأردني من الناتج المحلي الإجمالي وفي قدرته الشرائية، وعدم توفير برامج تدريبية للعاملين من قبل المؤسسات التي يعملون لديها.

ومع ذلك، فقد شهدت الجامعات الأردنية تطوراً ملحوظاً خلال الخمس سنوات الماضية من حيث العمل على نشر ثقافة الريادة والإبتكار بين طلبة الجامعات،سعياً منها لتحفيز الشباب على التوجه نحو العمل الحر الإبداعي.وقد ساهم إرتفاع نسبة البطالة في الأردن خاصة بين من يحملون مؤهلات جامعية إلى محاولة إيجاد بدائل تعتمد على الإبتكار والإبداع تساهم في عملية التمكين الإقتصادي للشباب، وذلك من خلال تأهيل وتوجيه المجتمع الطلابي والمجتمع المحلي بالمهارات اللازمة التي تمكنهم من إنشاء مشاريعهم الخاصة بهدف الوصول إلى عملية التنمية المستدامة.

ولا تكاد تخلو جامعة أردنية من مركز خاص بريادة الأعمال والإبتكار أو الإبداع، حيث توجد مراكز للريادة والإبتكار بمسميات مختلفة في معظم الجامعات الأردنية مثل الجامعة الأردنية، جامعة اليرموك، الجامعة الألمانية الأردنية، جامعة العلوم والتكنولوجيا، جامعة البلقاء التطبيقية، جامعة مؤتة، جامعة الحسين التقنية، وغيرها من الجامعات.كما أن جامعة الاميرة سمية للتكنولوجيا تمنح درجة الماجستير في ريادة الأعمال منذ العام الدراسي 2012/ 2013.وتعمل الجامعات التي لديها مراكز خاصة بالإبتكار والريادة على تقديم خدمات مشابهة لتلك التي تقدمها حاضنات الأعمال، بل أن معظمها يعمل بالفعل كحاضنات أعمال من حيث تقديم التوجيه والتدريب والدعم الإداري والفني والمالي للأفكار والمشاريع الريادية.

ولكن إذا ما نظرنا إلى تخصص الإعلام على وجه الخصوص، فان الجامعات الأردنية التي تمنح درجة الاجازة أو الماجستير في الإعلام لا تقوم اي منها بتدريس مسارات خاصة بالإبتكار أو الريادة بشكل خاص. وبحسب جيهان جبر[130] من هيئة إعتماد مؤسسات التعليم العالي وضمان جودتها، فإن هناك ست جامعات أردنية تدرس الصحافة والإعلام وهي جامعة اليرموك، جامعة البتراء، جامعة الشرق الأوسط، جامعة جدارا، جامعة الزرقاء وجامعة فيلادلفيا، بالإضافة إلى معهد الإعلام الأردني الذي يتبع أكاديمياً للجامعة الأردنية ويمنح درجة الماجستير في الصحافة والإعلام الحديث.

وبالرجوع إلى الخطة التدريسية لمناهج الإعلام في تلك الجامعات فإنه لا يوجد أي مقرر تدريسي ضمن الخطة تحت مسمى الإبتكار أو ريادة الأعمال.ومع ذلك فان جامعة الشرق الأوسط تعطي جميع طلاب الجامعة بما في ذلك طلاب كلية الإعلام مقرر "مقدمة في القيادة والريادة" كمقرر إختياري.

يقول د. كامل خورشيد[131] نائب عميد كلية الإعلام في جامعة الشرق الأوسط أنه لا يوجد مسارات حالياً تحت مسمى الريادة أو الإبتكار أو الإبداع خاصة بطلاب كلية الإعلام، ولكن توجد في الجامعة حزمة مواد إجبارية تُعنى بهذه الأفكار والتي قد لا تكون بالضرورة تحمل المسمى نفسه، على سبيل المثال فان طلاب السنة الأولى لديهم مقرر المسؤولية المجتمعية ومقرر اخر مهارات التفكير العلمي، كما أن مقرر التربية الإعلامية ستكون أيضاً مادة إجبارية إعتباراً من بداية العام الدراسي القادم.

---

[130]خلال إتصال هاتفي مع هيئة إعتماد مؤسسات التعليم العالي وضمان جودتها

[131]خلال مقابلة شخصية مع د. كامل خورشيد

ويوضح خورشيد أن الكلية تعمل على تعزيز مبدأ الإبتكار والإبداع لدى طلابها من خلال التطبيق العملي، فهناك مقرر مشروع التخرج، ولا يتم قبول أي مشروع ما لم يكن جديدا ومفيدا للمجتمع المحلي ويواكب العصر.

أما د. عبد الرحمن زريق مدير مركز الإبتكار وريادة الأعمال في جامعة الشرق الأوسط فيعتقد أن طلاب كلية الإعلام ليس لديهم المعرفة الكافية بمفاهيم ريادة الأعمال والإبتكار وأهميتها، ويقول إن المركز الذي يعمل أيضاً كمسرعّة أعمال للمشاريع الريادية المبتكرة لم يتلق أي أفكار لمشاريع إعلامية رغم أن المركز تلقى العديد من المشاريع من داخل وخارج الجامعة وصلت إلى حوالي 50 مشروعاً في المرحلة الأولى تم إختيار حوالي 23 مشروعاً منها لإحتضانها[132].

وقد أشار زريق إلى أن جامعة الشرق الأوسط حالياً تتواصل مع صندوق البحث العلمي والإبتكار في وزارة التعليم العالي بخصوص مبادرة لتصميم منهاج للإبتكار وريادة الأعمال كمتطلب جامعي إجباري لمرحلة االاجازة.

واشار د. تيسير أبو عرجة[133]، عميد كلية الإعلام في جامعة البتراء إلى أنه قد لا يكون هناك مقررات تدرّس لطلاب الكلية تحت مسمى الإبتكار أو الريادة ولكن تم إستحداث مقرر على مستوى الجامعة في خطتها الجديدة بإسم الريادة والإبداع، وكذلك أضيفمقرر جديد: التفكير الناقد، وذلك لأن الجامعة تهتم كثيراً بحثّ الطلاب على التفكير والتحليل.

واعتبر أبو عرجة أن الإعلام بحد ذاته هو عمل إبتكاري، لذلك فكلية الإعلام تدرس مقررا في الإعلام الرقمي لطلاب مرحلة الاجازةوهويعتمد بشكل كبير على التطبيق العملي ويتيح الفرصة للطلاب للإبداع في إختيار وتصميم مشاريع إعلامية تخرج عن الإطار التقليدي ويواكب التطور الرقمي.كما أن كلاً من طلاب الاجازة والماجستير لديهم مقرر: إدارة المؤسسات الإعلامية يتم تدريسهم من خلاله كل ما يتعلق بصناعة الإعلام وإدارته.

وفي معهد الإعلام الأردني بدأتمنذ حوالي السنة محاضرات إضافية لطلاب الماجستير في الإبتكار الإعلامي. وحسب عميد المعهد د. باسم الطويسي[134]فأن المعهد يفكر جدياً بإدخال هذا المقرر ضمن المنهاج المقرر إعتباراً من بداية العام الدراسي المقبل. كما أن درجة الماجستير التي يمنحها المعهد تقوم بشكل أساسي على الإبداع والإبتكار، كونها تدرّس الإعلام الرقمي القائم على التطبيق الذي ينمي لدى الطلاب مهاراتهم الإبداعية والقدرة على الإبتكار.

---

[132]خلال مقابلة شخصية مع د. عبد الرحمن زريق
[133]خلال مقابلة شخصية مع د. تيسير أبو عرجه
[134]مصدر سابق

خامسا: البيئة الحاضنة لريادة الأعمال في الأردن

تواجه المشاريع الناشئة في الأردن العديد من الصعوبات التي قد تحد من قدرتها على الإستمرارية والمنافسة، والتي من ضمنها ضعف الخبرة العملية في تخطيط وإدارة الأعمال. فالمشاريع الريادية وخاصة المبتكرة تكون مبنية إلى حد كبير على فكرة معينة يحتاجها الجمهور، وتميزها عن كل ما هو موجود من منتجات أو خدمات مشابهة. وقد تكون فعلاً أفكاراً ريادية إبداعية، ولكن عدم المعرفة بطريقة إدارتها وتسويقها وتقديمها كمنتج يلبي حاجات وتطلعات الجمهور قد يقلل من أهميتها وتفردها.

كما أن المجهود الفردي لأصحاب المشاريع قد لا يكون فعالاً بالدرجة الكافية إذا لم يكن هناك بيئة أعمال داعمة ومحفزة، وجهّات متخصصة تقدم الدعم والإرشاد خاصة في مراحل التأسيس الأولية. وقد وفرت الأردن البيئة الحاضنة للكثير من المشاريع والأفكار الريادية من خلال حاضنات ومسرّعات الأعمال والصناديق الإستثمارية، التي بدورها قدمت الدعم المالي والفني لمئات المشاريع.
ورغم أن هناك بعض المشاريع الإعلامية الناشئة إستفادت من حاضنات ومسرعات الأعمال إلا أن نسبة هذه المشاريع كانت قليلة جداً. ومن أهم حاضنات ومسرعات الأعمال والصناديق الإستثمارية في الأردن:

أويسس Oasis 500–500

تعتبر شركة تطوير المشاريع الرياديّة والاستثماريّة (أويسس 500) شركة رائدة في مجال تمويل المراحل الأوليّة والاستثمار الأوليّ، وقد أسست عام 2011، وهي من أوائل الشركات في هذا المجال في الأردن ومنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

بدأت الشركة بفكرة تقوم على بناء منصّة جديدة للريادة في المنطقة من خلال مساعدة الرياديين الطموحين والشغوفين في بدء أعمالهم الخاصّة. ويتضمّن برنامج أويسس 500 الإستثمار الأولي والتدريب الريادي والتوجيه والحضانة وتسريع النموّ، والتمويل التكميلي الإضافي. وهي تسعى إلى رعاية الأفكار المبدعة في حقل تكنولوجيا المعلومات والإتصالات والهواتف والإعلام الرقمي، والصناعات الإبداعية.

يقول مروان جمعة[135]، وزير الإتصالات وتكنولوجيا المعلومات الأسبق ورئيس مجلس إدارة أويسس 500، أن من أهم شروط قبول المشاريع التي تستقبلها أويسس 500أن تكون هذه المشاريع قابلة للإستمرار والتطور داخل وخارج الأردن، ويشير إلى أن عدد المشاريع الإعلامية التي تقدمت للشركة قليلة جداً، وبنسبة لا تتجاوز 2-3% فقط من مجموع المشاريع التي عملت معها أويسس 500 منذ تأسيسها.

ورغم أن أغلبية المشاريع التي عملت معها أويسس 500 كانت في مجال التجارة الإلكترونية، البرمجيات والمحتوى، إلا أنها ترحّب بأي أفكار ومشاريع إبداعية من التخصصات الأخرى كالإعلام على سبيل المثال، حيث يرى جمعة أنالمشاريع الإعلامية التي تستخدم أدوات الإعلام الرقمي لديها فرصة كبيرة للتطور والإستمرار، ولكن يجب أن تستغني عن نموذج الأعمال التقليدي وتعتمد نموذجاً آخر تتنوع فيه مصادر الدخل.

---

[135]خلال مقابلة شخصية مع السيد مروان جمعة

تقوم أويسس 500 بتطوير المشاريع الرياديّة وتسريع الأعمال، ولتنفيذ ذلك، فإنّ فريق تسريع الأعمال في الشركة يقوم بمتابعة الرياديين ونموّ أعمالهم من خلال برنامج تسريع أعمال ذي خطّة متابعة أسبوعيّة، لضمان نجاح أعمالهم، وتأهيل منتجاتهم وخدماتهم لكي يتمكنوا من الإستمرار وتحقيق النجاح.

وتبلغ مدة برنامج التسريع 180 يوما مكثّفة، تتبعها فترة دراسة وتقييم وتجهيز لجلب الإستثمار،وذلك لمدة سنة كاملة من تاريخ انتهاء برنامج التسريع. وبالمقابل فإن أويسس 500 تأخذ حصة من الشركة لا تتعدى 10%. وتقدم الشركة خدماتها في الأردن مع شراكات إستراتيجية في الدول المجاورة مثل الإمارات، مصر، السعودية، لبنان وفلسطين.

يقول جمعة أنه عند تأسيس شركة أويسس 500 تقدم لها 13 ألف طلب لمشاريع في مجالات متنوعة، إستقبلت الشركة منهم حوالي 2500 مشروعا أردنيا وعربيا وقامت بتدريب كوادر، ومن ثم إستثمرت في 150 مشروعاً فقط.

تسعى الشركة إلى الإستمرار في إنشاء صناديق تعنى بالإستثمار في المشاريع في المراحل المبكرة وتسريعها وتنميتها إلى الحد الذي يجعلها قادرة على جذب المستثمرين المعنيين في مرحلتي النمو والنضوج. إضافة إلى مواصلة دعم وتوسيع أفق رواد الأعمال الأردنيين لخلق أعمال تحويلية ومستدامة وقابلة للتطوير.وقد إحتضنت الكثير من المشاريع الناشئة منذ تأسيسها حيث وصل عدد المشاريع المحتضنة حوالي 151 مشروعاً حتى اليوم. وبشكل عام ترى أويسس 500 أن نقاط ضعف معظم المشاريع الإعلامية التي تقدمت لها كانت عدم وجود ميزة تنافسية لديها وعدم وضوح رؤية وإستراتيجية عمل المشروع.

دارة الريادة

تأسست دارة الريادة بموجب مذكرةتفاهم بين كل من وزارة الإتصالات وتكنولوجيا المعلومات وغرفة تجارة عمان وجمعية شركات تقنية المعلومات والإتصالات (إنتاج) بتاريخ 18 نيسان 2016.

تسعى دارة الريادة الى جعل الأردن منطقة ريادية في الشرق الأوسط، بحيث تكون نواة لمشاريع ريادية تقدم سلعاً وخدمات قابلة للتصدير، وذلك من خلال دعم رياديي الأعمال في قطاع الإتصالات وتكنولوجيا المعلومات وذلك بتوفير بيئة متكاملة لها وفتح المجال أمامها ودعمها لبناء وتطوير ملكياتها الفكرية.

تقدم الشركة خدمات وبرامج تخدم الشركات الناشئة لتتحول الى شركات فعالة تساهم في التقدم الاقتصادي للمملكة وتوفر فرص عمل لأبناء الوطن مما يساهم إيجابياً بتقليل نسب البطالة وإعطاء فرص للعقول المبتكرة للإبداع والتميز. كما تسعى إلى بناء شراكات وبرامج تعاون مع المناطق المماثلة للاستفادة من تجاربها وتبادل الخبرات معهاومع جهات دولية وعالمية متخصصة في مجال الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات بهدف تطوير المنطقة.

يقول إياد الأشرم[136] مدير البرامج في جمعية إنتاج أن دارة الريادة ترحب بإحتضان أية أفكار لمشاريع ريادية مبتكرة، بما في ذلك المشاريع الإعلامية. إلا أنه يشير إلى قلة المشاريع الإعلامية التي تقدم للدارة، بينما أحد المشاريع الإعلامية التي تقدمت، تخلف صاحب المشروع عن التزامه، ولا يوجد حالياً مشاريع إعلامية محتضنة لديها. ويضيف الأشرم أن دارة الريادة إحتضنت 21 مشروعاً ريادياً حتى الان، لا يوجد بينها أي مشروع إعلامي. ويشير أن المؤسسة تلقت حوالي 100 مشروع تقريبا منذ التأسيس، كان من بينها مشروعان فقط يمكن ان تصنفمشاريع إعلامية، ولكنهما يواجهان تحدي الإستمرارية كباقي المشاريع.

آي بارك iPARK

تأسست iPARK عام 2003 بمبادرة من كل من الحكومة الأردنية ممثلة بالمجلس الأعلى للعلوم والتكنولوجيا والجمعية العلمية الملكية، ومن ثم إنتقلت ملكية المؤسسة بالكامل للجمعية العلمية الملكية.

تهدف iPARK إلى تنمية الإقتصاد المعرفي من خلال دعم الشركات الناشئة المبنية على الإبتكار في مجال التكنولوجيا، حيث كانت البدايات تركز على تكنولوجيا المعلومات ومن ثم توسع الإهتمام ليطال أنواع التكنولوجيا المختلفة. في عام 2016 قامت iPARK وبالشراكة مع احدى مؤسسات القطاع الخاص وبتمويل من الإتحاد الأوروبي بإنشاء حاضنة أعمالها الأولى خارج العاصمة في محافظة إربد تحت مسمى شمال ستارت (Shamal Start) حيث تهدف هذه الحاضنة الى دعم الشركات الناشئة في مجال التكنولوجيا الصناعية وتكنولوجيا الخدمات. وعام 2017 تم تأسيس حاضنة الأعمال الثالثة في محافظة العقبة والتي تهدف لتنمية المشاريع في مجالات التكنولوجيا المختلفة وتحديداً قطاعي الخدمات اللوجستية والسياحية. وعام 2018 تم تأسيس حاضنة الأعمال الرابعة ومركزها عمان بالشراكة مع كل مؤسسة (Mercy Corps) وبتمويل من (Google) تتوجه الى الشركات الناشئة في مجال الاقتصاد التشاركي.

يقول محمد عبيدات، مدير حاضنة شمال ستارت، إن iPARK قامت بإحتضان شركتين فقط في مجال الإعلام وهما تلفزيون الآن ودي ون جي (D1G)، وحاليا لا تحتضن iPARK أي شركة في مجال الإعلام.

ويشير إلى أن iPARK وخلال 16 سنة قامت بإحتضان أكثر من 200 شركة وإيجاد أكثر من 2000 فرصة عمل. وهي تتلقى عدداً كبيراً من طلبات الإحتضان التي وصلت الى 15 طلباً شهرياً، ولكن حالياً لا يوجد من ضمن هذه الطلبات مشاريع إعلامية. ويشير إلى أن ابرز نقاط ضعف المشاريع الإعلامية التي تقدمت في السابق كانت الميزانية العالية التي تحتاجها والتي لا تدخل ضمن نطاق معظم مؤسسات التمويل المتواجدة في الأردن، بالإضافة إلى عدم توفر معيار الابتكار في الأفكار التي تقدمت.

صندوق الملك عبد الله الثاني للتنمية

تأُسس صندوق الملك عبد الله الثاني للتنمية بهدف تعزيز التنمية المستدامة للمملكة. ويسعى الصندوق، بالشراكة مع القطاعين العام والخاص، إلى تنفيذ مشاريع وبؤر تنموية خصوصاً في المناطق التي تعاني من الفقر والبطالة.

[136] خلال عدة مكالمات هاتفية ومراسلات من خلال البريد الإلكتروني

وفي إطار جهوده لتسخير الطاقات البشرية بالشكل الأمثل، يوفر الصندوق فرص التدريب والدعم المهني للشباب الأردني، ويسعى إلى استقطاب الطاقات الشبابية من المبدعين وتنمية مواهبهم وتشجيعهم على الريادة والابتكار لإعدادهم لسوق العمل وتحمل المسؤولية الاجتماعية. ومن هذا المنطلق، جاء شعار الصندوق ليحمل في مضامينه محاور عمله الرئيسة وهي: مواطنون فاعلون، قادرون على الابتكار، مؤهلون للعمل.

وللصندوق العديد من المبادرات والبرامج التي تدعم الأفكار والمشاريع الريادية لدى الشباب من ضمنها: نافذة التمكين الشبابي التي توفر الدعم المالي والفني واللوجستي للشباب لتحويل أفكارهم إلى مشاريع ريادية أو لتوسعة نطاق مشاريع مؤسسات المجتمع المدني الناجحة وتبنيها على المستوى الوطني.

وتتكون نافذة التمكين من أربعنوافذ فرعية هي: جرّب، كوّن، طوّر، وتوسّع، تختلف فيما بينها وفقاً لحجمها وأثرها ونطاق المستفيدين منها.وتتنوع الأفكار والمبادرات والمشاريع التي تدعمها النافذة لتشمل تلك المعنية بترسيخ القيم والممارسات المدنية مثل ثقافة الحوار وتقبل الآخر وسيادة القانون، والمشاريع المتعلقة بالريادة الإجتماعية والعمل التطوعي، أو المبادرات والمشاريع الأخرى التي تعنى بتفعيل دور الشباب ومشاركتهم في العمل العام.

وقد نفذ الصندوق ثلاث دورات ضمن فعاليات نافذة التمكين، فحصل في الدورة الأولى 64 شاباً وشابة على منح من نافذة جرّب تتراوح أعمارهم بين 16 و 25 عاماً، و23 من نافذة كوّن تتراوح أعمارهم بين 18 و 28 عاما، إضافة إلى 7 مؤسسات مجتمع مدني في نافذة طوّر و3 مؤسسات بموجب نافذة توسّع. في حين حصل 77 شاباً وشابة في الدورة الثانية على دعم من نافذة جرّب بالإضافة إلى 23 آخرين من نافذة كوّن و7 شباب ومؤسسات مجتمع مدني من نافذة طوّر ومؤسستي مجتمع مدني من نافذة توسّع.

وفي الدورة الثالثة، حصل 15 شاباً وشابة على دعم من نافذة جرّب و10 من نافذة كوّن و4 شباب ومؤسسات مجتمع مدني من نافذة طوّر إضافة إلى مؤسسة مجتمع مدني واحدة من نافذة توسّع. وتبعها دعم المشروع في الدورة الثالثة 30 فكرة ومبادرة ومشروع من مختلف محافظات المملكة.

وتمكنت نافذة التمكين الشبابي من دعم عدد من المشاريع خلال دوراتها الثلاث على النحو التالي:دعم المشروع في الدورة الأولى 97 فكرة ومبادرة ومشروعاً من مختلف محافظات المملكة. وفي الدورة الثانية 109 فكرة ومبادرة ومشروعاً من جميع محافظات المملكة. وفي الدورة الثالثة 30 فكرة ومبادرة ومشروعاً من مختلف محافظات المملكة.

الصندوق الأردني للريادة(ISSF)

تأسس الصندوق الأردني للريادة إستجابة للتوصية الأولى لمجلس السياسات الإقتصادية الأردني برأسمال مقداره 98 مليون دولار أمريكي، منها 50 مليون دولار من البنك الدولي و48 مليون دولار من البنك المركزي الأردني.

وقد سُجل الصندوق، كشركة مساهمة خاصة مملوكة من البنك المركزي الأردني والشركة الأردنية لضمان القروض لدى مراقبة الشركات في وزارة الصناعة والتجارة في ديسمبر/ كانون الأول 2017.

يهدف الصندوق الذي يعد أكبر صندوق إستثماري من نوعه في المملكة، إلى زيادة التمويل المباشر للشركات الناشئة والصغيرة والمتوسطة في مراحلها المبكرة خصوصا تلك الشركات التي تمتلك الرؤية الطموحة وإمكانات نمو عالية، وخلق بيئة محفزة لرواد الأعمال الأردنيين المبدعين والذين يتمتعون بشغف عالٍ، متخطياً بذلك الدور التقليدي لصناديق الاستثمار في رأس المال المغامر، وليلعب دوراً اقتصادياً تنموياً شمولياً.

ويسعى الصندوق إلى الإستثمار في الشركات الأردنية، وتوفير الدعم المالي لشركاءه من المستثمرين، وكذلك تحسين جودة وتنوع الخدمات التي يقدمها شركاء الصندوق، بالإضافة إلى زيادة عدد الرياديين والشركات الناشئة والصغيرة والمتوسطة في بيئة ريادة الأعمال في الأردن.

مركز الملكة رانيا للريادة

وهو منظمة غير ربحية، أنشئت في عام 2004 وذلك لتطوير ودعم ريادة الأعمال التقنية في الأردن. ويندرجالمركز الآن تحت جامعة الأميرة سمية للتكنولوجيا، حيث يقوم بتنمية ريادة الأعمال في الأردن من خلال مبادرة ريادة الأعمال التقنية والتي تركز على التشبيك، وتنمية الوعي، والتدريب والدعم والتمويل. وقد قام المركز خلال السنوات السابقة بتنفيذ العشرات من البرامج التي ساعدت الآلاف من رواد الأعمال والطلاب. كما نظّم المركز على مدى السنوات الـ 10 الماضيةالعديد من الأنشطة التي إستفاد منها الآلاف من رجال الأعمال والمهنيين والطلاب في الأردن على النحو التالي:

- دعم 100مشروع وشركة منشئة والإعترف بها.
- دعم 25 شركة منشئة سريعة التطور في مجال التكنولوجيا.
- اشراك 30,000 شخص في أنشطة الشبكات العامة والخاصة.
- اشراك 4000 شخص في مخيمات تدريبية، ورش عمل وبرامج الإرشاد والتوجيه.
- إنشاء 300 وظيفة.

وكجزء من الخطة الاستراتيجية لمركز الملكة رانيا الوطنية للريادة، يتم التركيزعلى أربعة مجالات رئيسية هي:

1. التواصل: من خلال مساعدة الرياديين الأردنيين للتواصل وتبادل الخبرات والمعرفة مع بعضهم البعض.
2.الوعي والادراك: خلق المزيد من الوعي حول الفرص المحتملة في الشركات التقنية الناشئة والتعرف على الأفكار التجارية المبتكرة والمتميزة والشركات الناشئة.
3.بناء ودعم القدرات: إعطاء الرياديين الأردنيين التدريب المتخصص، والتوجيه وتطوير الخدمات لمساعدتهم على إنشاء وتمويل وإدارة وتوسيع الشركات التقنية الخاصة بهم.

4.التمويل: لمساعدة رواد الأعمال الأردنيين على الحصول على تمويل لبدء العمل على الشركات المنشئة من الاساس.

إنديفر الأردن- Endeavor Jordan

إنديفرهي منظمة عالمية تدعم الرواد ذوي التأثير العالي حول العالم سعياً لتحفيز النمو الإقتصادي طويل الأمد. منذ التأسيس في عام 1997، تعمل إنديفر على إختيار، وإرشاد، وتسريع نمو أبرز الرياديين عالمياً. فمن خلال التوجيه والإرشاد الذي تقدمه إنديفر، يصبح هؤلاء الرواد ذوي تأثير عالٍ في مجتمعاتهم، ويخلقون فرص عمل جديدة ويحفزون أبناء مجتمعاتهم على الابتكار. وتدعم إنديفر الآن 1840 ريادياً من 1153 شركة في 34 سوقاً حول العالم.

أما إنديفر الأردن فقد انطلقت عام 2009، وتدعم حالياً 39 ريادياً يمثلون 25 شركة من قطاعات متنوعة.

شركات الاتصالات: زين، أورانج، وأمنية

لدى كل من هذه الشركات منصة لدعم المشاريع الريادية وهي عبارة عن برنامج لتسريع أعمال الشركات التقنية الناشئة في طور النموّ، اذ أن شركة زين لديها منصة زينك (ZINC)، وشركة أورانج لديها منصة بيغ (BIG)، وشركة أمنية لديها منصة ذا تانك (The Tank).

ومن خلال عملية المسح لحاضنات ومسرعات الأعمال والصناديق الإستثمارية في الأردن، فقد لوحظ قلة عدد المشاريع الإعلامية التي إستفادت من هذه المؤسسات، كما لوحظ أن معظم هذه المؤسسات الحاضنة تهتم بشكل أساسي بقطاع تكنولوجيا المعلومات، حتى وإن كانت ترحب بإستقبال مشاريع من قطاعات أخرى مثل الإعلام.

وبناء على ذلك، يوجد حالياً توجه لدى بعض الجهات المحلية لإنشاء حاضنات أو مسرّعات أعمال خاصة بالإعلام، حيث يعمل معهد الإعلام الأردني حالياً على دراسة لإنشاء أول مسرّعة أعمال خاصة بالقطاع الإعلامي في المنطقة لبناء خبرة وطنية محلية في هذا الموضوع.

ويقول د. باسم الطويسي[137] عميد المعهد أن المسرّعة ستوفر فترة تدريب وتوجيه وإرشاد ومن ثم فترة إحتضان في المعهد لمدة 6 شهور، وذلك بمعدل 10 شركات/ مشاريع سنوياً.

كما يوجد أيضاً توجه لدى الصندوق الأردني للريادة(ISSF) لإنشاء صندوق لدعم المشاريع الإعلامية والفنون والمحتوى الإبداعي. ويقول السيد ليث القاسم[138] عضو مجلس إدارة الصندوق أن هناك مباحثات حالية مع عدة جهات مختصة لتحديد مدى جدوى إنشاء هذا الصندوق.

---

[137]مصدر سابق

سادسا: الإطار القانوني للمشاريع الإعلامية الناشئة في الأردن

حتى تستطيع المشاريع الإعلامية الناشئة ممارسة عملها بشكل قانوني، يجب عليها التسجيل كشركة لدى وزارة الصناعة والتجارة ويجب عليها أيضاً الترخيص لدى هيئة الإعلام.
وبإمكان أصحاب المشاريع إختيار نوع الشركة التي تتناسب مع طبيعة وحجم مشاريعها، حيث توجد بطبيعة الحال محددات لكل نوع من أنواع الشركات تختلف حسب رأس المال وعدد الشركاء وغيرها من الأمور المالية والإدارية.
وسيتم في هذا القسم إلقاء الضوء على أهم الخصائص لمجموعة من أنواع الشركات حسب تعريفها في القانون الأردني، كما سيتم إدراج متطلبات هيئة الإعلام لترخيص المشاريع الإعلامية حسب فئات:البث الإذاعي، البث التلفزيوني، والمطبوعة الإلكترونية.

1- أنواع الشركات ومتطلبات التسجيل حسب القانون الأردني[139]

شركة التضامن:

- وهي شركة تؤلف بحد أدني من اثنين وبحد اقصى من عشرين من الاشخاص الطبيعيين لا تقل اعمارهم عن 18 سنة ويكون كل شريك فيها مسؤولاً وضامناً لها بأمواله الخاصة الشخصية عن اي التزام من التزامات الشركة، وتنتقل هذه الضمانة في حال وفاة الشريك الى ورثته بحدود ما آل إليهم من تركة الشريك المتوفى، وتسمى عادة باسم الشريك / الشركاء او الكنية او اللقب وتضاف اليها عبارة (وشركاه/وشريكه) حسب مقتضى حال عدد الشركاء.
- يحدد بموجب نظام الشركة وعقد تأسيسها (إسم الشركة / مركزها وعنوانها الرئيسي / رأس المال / مدة الشركة محددة او غير محددة المدة او حسب الغاية منها / اسماء الشركاء وبياناتهم/ المفوضون بالتوقيع عنها وصلاحياتهم والادارة / غايات الشركة / ما ستؤول اليه في حالة وفاة أحد الشركاء او الشركاء) ويكون اي تعديل عليها بأغلبية الحصص او حسب ما يحدده النظام وعقد التأسيس.
- يكتسب الشريك المتضامن في شركة التضامن صفة التاجر حكماً ويحدد العقد والنظام الاساسي للشركة حقوق والتزامات الشريك.
- تلتزم الشركة بحفظ دفاترها وسجلاتها في مقر الشركة، وفي حال كان رأس مالها (10) آلاف دينار أو أكثر تلتزم بحفظ دفاتر محاسبية منظمة بصورة أصولية، وفي حال كان رأس مالها (100) ألف دينار او أكثر تلتزم بتعيين مدقق حسابات قانوني.

---

[138] خلال إتصال هاتفي

[139] مكتب المحامي سامر أحمد الكردي

شركة التوصية البسيطة:

وهي شركة تؤلف من نوعين من الشركاء (متضامن/ موصي) حيث يكون الشريك المتضامن ضامناً ومسؤولاً بأمواله الخاصة والشخصية مثل شركة التضامن، اما الشريك الموصي لا يسأل الا حسب حصته من الشركة ولا يحق له ادارتها او يكون مفوضا عنها واسمها عادة يكون من اسماء او كنى او ألقاب الشركاء المتضامنين بالإضافة الى العبارة الملحقة مثل شركة التضامن، وتعديلها عادة يكون بموافقة الاغلبية ومنهم جميع الشركاء المتضامنين، وتطبق في العادة عليها ذات الاحكام الخاصة بالتضامن.

لا يجوز للشريك الموصي فيها وضع اسمه او كنيته او لقبه ضمن اسم الشركة او ادارة الشركة او التعامل مع الغير على اساس انه مسؤول عنها، وفي حال قيام الشريك الموصي بذلك يعتبر مسؤولاً مثله مثل الشريك المتضامن فيها ويطبق عليه احكام الشريك المتضامن.

الشركة ذات المسؤولية المحدودة:

وهي شركة تتألف من شخص او اكثر، وتعتبر ذمتها المالية مستقلة عن الشركاء وتكون مسؤولة برأس مالها وموجوداتها أمام الغير، والشريك لا يكون مسؤولاً إلا بمقدار حصته وفي حال إيداع كامل حصته في البنك فلا يسأل نهائياً، ويقسم رأس مالها إلى حصص متساوية وتحدد بموجب نظامها وعقد التأسيس نصاب الإجتماعات وغايات الشركة ومدتها وكيفية إدارتها (مدير أو هيئة مديرين) بالإضافةإلى أسماء الشركاء فيها وحصصهم وبياناتهم وطرق التنازل عن الحصص وصيغة السند المعتمد وأية أحكام أخرى، وإن إسمها عادة مستمد من غاياتها وملحق بعبارة (ذات المسؤولية المحدودة) او إختصار (ذ.م.م) ، وهي ملزمة بإنتخاب مدقق حسابات قانوني لها ولكل سنة من السنوات المالية.

شركة التوصية بالأسهم:

هي شركة تتألف من نوعين من الشركاء:

شركاء متضامنون لا يقل عددهم عن إثنين ومسؤولون وضامنون بأموالهم الشخصية والخاصة إلتزامات وديون الشركة.

شركاء مساهمون لا يقل عددهم عن ثلاثة ويسأل كل شريك بمقدار مساهمته في رأس مال الشركة عن ديون وإلتزامات الشركة.

لا يقل رأس مال الشركة عن (100) ألف دينار تقسم إلى أسهم متساوية قابلة للتداول والإكتتاب في سوق الأسهم/ الأوراق المالية وقيمة السهم الواحد (دينار أردني واحد) غير قابل للتجزئة.

يشترط أن لا يتجاوز المال المكتتب عن مثلي رأس مال الشركاء المتضامنين.

يتكون إسم شركة التوصية بالأسهم من اسم واحد أو أكثر من الشركاء المتضامنين، على أن تضاف إلى إسمها هذا عبارة (شركة توصية بالأسهم) وما يدل على غاياتها، ولا يجوز أن يذكر إسم الشريك المساهم في إسم الشركة، فاذا ذكر إسمه مع علمه بذلك أعتبر شريكاً متضامناً في مواجهة الغير المتعامل مع الشركة حسن النية.

يتولى إدارة شركة التوصية بالأسهم شريك متضامن أو أكثر يحدد عددهم وصلاحياتهم وواجباتهم في نظام الشركة، وتسري على سلطتهم ومسؤوليتهم وعزلهم الأحكام التي تطبق على الشركاء المفوضين في شركة التضامن.

تسري أحكام شركة التضامن على الشركاء المتضامنين، وأحكام التوصية البسيطة على الشركاء المساهمين.

الهيئة العامة للشركة تتألف من الشركاء المتضامنين والمساهمين وتخضع أحكام الإجتماعات لذات الأحكام الخاصة بالإجتماعات للشركة المساهمة العامة.

يكون مجلس رقابة للشركة مكون من (3) أعضاء منتخبين من الشركاء المساهمين لمدة سنة واحدة كما يجب ان يكون لها مدقق حسابات قانوني.

تخضع هذه الشركة لذات الأحكام الخاصة بشركة المساهمة العامة.

شركة المساهمة الخاصة:

تتألف الشركة المساهمة الخاصة من شخصين او أكثر ويجوز أن تؤلف من شخص واحد او ان يصبح عدد مساهميها شخصا واحداً.

تعتبر الذمة المالية للشركة المساهمة الخاصة مستقلة عن الذمة المالية لكل مساهم فيها وتكون الشركة بأموالها وموجوداتها هي وحدها المسؤولة عن الديون والإلتزامات المترتبة عليها ولا يكون المساهم مسؤولاُ تجاه الشركة عن تلك الديون والإلتزامات إلا بمقدار مساهمته في رأسمال الشركة.

يجب ان لا يتعارض إسم الشركة مع غاياتها على أن تتبعه أينما وردت عبارة (شركة مساهمة خاصة محدودة) ويجوز أن يكون بإسم شخص طبيعي إذا كانت غاية الشركة إستثمار براءة إختراع مسجلة بصورة قانونية بإسم ذلك الشخص.

تكون مدة الشركة المساهمة الخاصة غير محدودة إلا إذا حدد عقد تأسيسها ونظامها الأساسي خلاف ذلك فعندئذ تنتهي مدتها بإنتهاء المدة او العمل الذي حدد لها.

يكون رأسمال الشركة المساهمة الخاصة هو مجموع القيم الإسمية لأسهم الشركة على أن لا يقل رأس المال المكتتب به عن خمسين ألف دينار أردني.

يحدد رأس مال الشركة المساهمة الخاصة بالدينار الأردني.

للشركة المساهمة الخاصة إصدار الأسهم وإسناد قرض وأوراق مالية أخرى، ويجوز للشركة ان تقرر إدراج أوراقها المالية في السوق وتداولها من خلاله وفق الأنظمة والتعليمات الصادرة عن هيئة الأوراق المالية ووفق قانون الأوراق المالية.

يمكن للشركة إصدار أنواع وفئات من الأسهم تختلف فيما بينها من حيث القيمة الإسمية والقوة التصويتية ومن حيث كيفية توزيع الأرباح والخسائر على المساهمين وحقوق وأولويات كل منها عند التصفية وقابليتها للتحول لأنواع أخرى من الأسهم وما إلى ذلك من الحقوق والمزايا والأولويات والقيود الأخرى، على أن يتم تضمينها أو ملخص عنها على شهادات الأسهم إن وجدت، كما يجوز لها إصدار أسهم قابلة للإسترداد،إما بطلب من الشركة أو من حامل السهم أو عند توافر شروط معينة.

الشركة المساهمة العامة:

تتألف الشركة المساهمة العامة من عدد من المؤسسين لا يقل عن إثنين يكتتبون فيها بأسهم قابلة للإدراج في أسواق الأوراق المالية وللتداول والتحويل، كما يجوز أن يكون مؤسس الشركة المساهمة العامة المحدودة شخصاً واحداً أو أن تؤول ملكية الشركة إلى مساهم واحد في حال قيامه بشراء كامل أسهمها.

تستمد الشركة المساهمة العامة إسمها من غاياتها على أن تتبعه أينما ورد عبارة (شركة مساهمة عامة محدودة) ولا يجوز أن تكون بإسم شخص طبيعي إلا إذا كانت غاية الشركة إستثمار براءة إختراع مسجلة بصورة قانونية بإسم ذلك الشخص.

تكون مدة الشركة المساهمة العامة غير محدودة إلا إذا كانت غاياتها القيام بعمل معين، فتنقضي الشركة بإنتهائه.

تعتبر الذمة المالية للشركة المساهمة العامة مستقلة عن الذمة المالية لكل مساهم فيها، وتكون الشركة بموجوداتها واموالها مسؤولة عن الديون والالتزامات المترتبة عليها ولا يكون المساهم مسؤولاً تجاه الشركة عن تلك الديون والالتزامات، الا بمقدار الاسهم التي يملكها في الشركة.

يحدد راس مال الشركة المساهمة العامة المصرح به وكذلك الجزء المكتتب به فعلاً بالدينار الاردني ويقسم الى أسهم إسمية وتكون قيمة السهم ديناراً واحداً شريطة ان لا يقل راس المال المصرح به عن خمسمائة ألف (500.000) دينار ورأس المال المكتتب به عن مئة ألف (100.000) دينار او عشرين بالمائة (20%) من رأس المال المصرح به أيهما أكثر.

2- أنواع الرخص ومتطلبات الترخيص وتجديد الترخيص لدى هيئة الإعلام

رسوم ومتطلبات الترخيص وتجديد الترخيص لأهم أنواع المنشآت الإعلامية (إذاعة، تلفزيون، مواقع إلكترونية)[140].

ترخيص محطة بث إذاعي:

ترخيص محطة بث إذاعي	
الفئات المستفيدة من الخدمة	المستثمرون من القطاع الخاص والعام (أردنيين وغير أردنيين).
مكان تقديم الخدمة	هيئة الإعلام/ مديرية التراخيص/ قسم البث الإذاعي والتلفزيوني.
شروط الحصول على الخدمة	• تسجيل الشركة برأسمال (100.000) دينار أردني لمحافظة العاصمة و(50.000) دينار أردني للمحافظات الأخرى بغاية البث الإذاعي. • ملاءة مالية. • تعيين مدير تنفيذي للشركة بخبرة لا تقل عن (10) سنوات في مجال البث الإذاعي.
الوثائق المطلوبة	• هوية الأحوال المدنية ودفتر عائلة (للأردنيين)/ جواز سفر (لغير الأردنيين) لمقدم الطلب المفوض بالتوقيع وللشركاء الذين تزيد مساهمتهم عن (5%). • شهادة عدم محكومية للشركاء والمدير العام والشخص المفوض بالتوقيع (للأردنيين). • كتاب تفويض مصدق للشخص المعني بمتابعة إجراءات تقديم الطلب. • دراسة عن المشروع تتضمن دراسة برامجية وفنية وجدوى. • شهادة تسجيل الشركة صادرة عن وزارة الصناعة والتجارة. • شهادة من وزارة الصناعة والتجارة تبين غايات الشركة ورأسمالها المسجل وقيمته (100.000) دينار أردني لمحافظة العاصمة و(50.000) دينار أردني للمحافظات الأخرى بالإضافة إلى أسماء المالكين والمفوضين بالتوقيع والمدير العام ونائبه أو رئيس هيئة المديرين ونائبه. • كتاب من وزارة الصناعة والتجارة يبين فيه اسم وشعار المحطة المعتمد والمسجّل حسب الأصول لدى وزارة الصناعة والتجارة / مديرية حماية الملكية الصناعية، أو شهادة تثبت

[140] دليل الخدمات- هيئة الإعلام http://www.mc.gov.jo/Pages/viewpage?pageID=68&CategoryID=6&ID=23

	تقديم طلب تسجيل الاسم والشعار. • العقد التأسيسي والنظام الأساسي الخاص بالشركة. • عقد عمل ساري المفعول للمدير التنفيذي مع الشركة وإرفاق شهادات الخبرة. • شهادات الخبرة للمدير التنفيذي. • السيرة الذاتية والخبرة العملية للشركاء وللمدير التنفيذي. • وثائق بنكية تثبت ملكية الملاءة المالية بقيمة رأس المال المطلوب (100.000) دينار أردني لمحافظة العاصمة و(50.000) دينار أردني للمحافظات الأخرى والمسجل لدى أي من البنوك. • شيك مصدق مع الطلب بمقدار قيمة رسم منح رخصة بث إذاعي يضاف إليه ما يعادل (0.006) من قيمته بدل رسوم طوابع، و(2%) من رسوم منح الرخصة والتي تمثل رسوم صندوق دعم الحركة الثقافية والفنية. • شيك مصدق مع الطلب بمقدار قيمة الرسم السنوي لرخصة البث الإذاعي بنسبة (20%) من مقدار رسم منح الرخصة يضاف اليه ما يعادل (0.006) من قيمته بدل رسوم طوابع. • كفالة حسن تنفيذ لمدة عام (ويجوز تجديدها لمدد مماثلة) بمقدار (50%) من مقدار رسم منح الرخصة للمحطات الإذاعية ويضاف على الكفالة ما يعادل (0.006) من قيمتها بدل رسوم طوابع.
المؤسسات الشريكة في تقديم الخدمة	• هيئة تنظيم قطاع الاتصالات. • مجلس الوزراء.
رسوم الخدمة	• رسوم تقديم طلب منح رخصة البث (5) دنانير. • رسم منح رخصة بث إذاعي تستخدم أي موجة من موجات (FM) بقدرة بث لا تزيد على (5) كيلوواط: • (25 ألف) دينار في محافظة العاصمة. • (15 ألف) دينار في محافظة الزرقاء أو محافظة إربد. • (10 آلاف) دينار في أي من محافظات المملكة الأخرى. • الرسم السنوي ومقداره (20%) من رسم منح الرخصة يضاف اليه ما يعادل (0.006) من قيمته بدل رسوم طوابع.
وقت إنجاز الخدمة	• شهرين. • تجدد الرخصة كل (5) سنوات.

تجديد رخصة محطة بث إذاعي

تجديد رخصة محطة بث إذاعي	
الفئات المستفيدة من الخدمة	الشركات الحاصلة على رخصة بث إذاعي مسبقاً من الهيئة.
مكان تقديم الخدمة	هيئة الإعلام/ مديرية التراخيص/ قسم البث الإذاعي والتلفزيوني.
شروط الحصول على الخدمة	لا يوجد.
الوثائق المطلوبة	• عقد عمل ساري المفعول للمدير التنفيذي مع الشركة. • شهادة تسجيل الشركة تاريخ حديث. • شهادة تسجيل اسم وشعار المحطة النهائية الصادرة عن وزارة الصناعة والتجارة. • شيك مصدق بقيمة (50%) من رسم منح رخصة بث إذاعي يضاف إليه ما يعادل (0.006) من قيمته بدل رسوم طوابع، و(2%) من رسوم منح الرخصة والتي تمثل رسوم صندوق دعم الحركة الثقافية والفنية. • شيك مصدق بمقدار قيمة الرسم السنوي بقيمة (50%) من مقدار رسم منح الرخصة يضاف اليه ما يعادل (006و0) من قيمته بدل رسوم طوابع.
المؤسسات الشريكة في تقديم الخدمة	• هيئة تنظيم قطاع الاتصالات. • مجلس الوزراء.
رسوم الخدمة	• رسوم تقديم طلب تجديد رخصة البث (5) دنانير. o رسم تجديد رخصة بث إذاعي بمقدار لا يقل عن (50%) كحد أدنى من قيمة رسم منح الرخصة، وقد تصل النسبة إلى (100%) وذلك حسب قرار يصدره مجلس الوزراء بناء على تنسيب الوزير المستند إلى توصية المدير العام. o الرسم السنوي بنسبة (50%) من مقدار رسم منح الرخصة يضاف اليه ما يعادل (006و0) من قيمته بدل رسوم طوابع.
وقت إنجاز الخدمة	• شهر واحد.

ترخيص بث البرامج التلفزيونية بواسطة الأقمار الصناعية (فضائي)

<table>
<tr><th colspan="2">ترخيص بث البرامج التلفزيونية بمختلف أنواعها بواسطة الأقمار الصناعية (فضائي)</th></tr>
<tr><td>الفئات المستفيدة من الخدمة</td><td>المستثمرون من القطاع الخاص والعام (أردنيون وغير أردنيين).</td></tr>
<tr><td>مكان تقديم الخدمة</td><td>هيئة الإعلام/ مديرية التراخيص/ قسم البث الإذاعي والتلفزيوني.</td></tr>
<tr><td>شروط الحصول على الخدمة</td><td>• تسجيل الشركة برأسمال (50.000) ديناراً أردنياً وبغاية البث الفضائي.
• ملاءة مالية.
• تعيين مدير تنفيذي للشركة بخبرة لا تقل عن (10) سنوات في مجال البث التلفزيوني.</td></tr>
<tr><td>الوثائق المطلوبة</td><td>• هوية الأحوال المدنية ودفتر عائلة (للأردنيين)/ جواز سفر (لغير الأردنيين) لمقدم الطلب المفوض بالتوقيع وللشركاء الذين تزيد مساهمتهم عن (5%).
• شهادة عدم محكومية للشركاء والمدير العام والشخص المفوض بالتوقيع (للأردنيين).
• كتاب تفويض مصدق للشخص المعني بمتابعة إجراءات تقديم الطلب.
o دراسة عن المشروع تتضمن دراسة برامجية وفنية وجدوى.
• شهادة تسجيل الشركة صادرة عن وزارة الصناعة والتجارة أو مؤسسة المناطق الحرة.
• شهادة من وزارة الصناعة والتجارة تبين غايات الشركة ورأسمالها المسجل وقيمته (50.000) دينار أردني بالإضافة إلى أسماء المالكين والمفوضين بالتوقيع والمدير العام ونائبه أو رئيس هيئة المديرين ونائبه.
• كتاب من وزارة الصناعة والتجارة يبين فيه اسم وشعار المحطة المعتمد والمسجّل حسب الأصول لدى وزارة الصناعة والتجارة/ مديرية حماية الملكية الصناعية، أو شهادة تثبت تقديم طلب تسجيل الاسم والشعار.
• العقد التأسيسي والنظام الأساسي الخاص بالشركة.
• السيرة الذاتية والخبرة العملية للشركاء وللمدير التنفيذي.
o عقد عمل ساري المفعول للمدير التنفيذي مع الشركة على أن لا تقل عن عشر سنوات في مجال البث التلفزيوني.
o شهادات الخبرة للمدير التنفيذي.
• وثائق بنكية تثبت الملاءة المالية لمالكي الشركة بقيمة رأس المال المطلوب (50.000) دينار</td></tr>
</table>

	أردني والمسجل لدى أي من البنوك. • شهادة بنكية بإيداع (50.000) دينار أردني في حساب الشركة. • شيك مصدق مع الطلب بمقدار قيمة رسم منح رخصة بث فضائي مضاف إليه ما يعادل (0.006) من قيمته بدل رسوم طوابع، و(2%) من رسوم منح الرخصة والتي تمثل رسوم صندوق دعم الحركة الثقافية والفنية. • شيك مصدق مع الطلب بمقدار قيمة الرسم السنوي لرخصة البث الفضائي يضاف إليه ما يعادل (0.006) من قيمته بدل رسوم طوابع. • كفالة حسن تنفيذ لمدة عام (ويجوز تجديدها لمدد مماثلة) بقيمة (100%) من مقدار رسم منح الرخصة لمحطات البث الفضائي أي ما يعادل (5.030) ديناراً أردنياً مضاف إليه (0.006) من قيمتها بدل رسوم طوابع. • عقد الإيجار وعقد الخدمات المبرم مع المدينة الإعلامية أو الشركة الأردنية السعودية، أو مع القمر الصناعي في حال البث من استوديوهات خاصة. • كتاب من المدينة الإعلامية يبين ترددات الوصلة الصاعدة والوصلة الهابطة للمحطة الفضائية، وحجم الميجابايت.
المؤسسات الشريكة في تقديم الخدمة	• هيئة تنظيم قطاع الاتصالات. • مجلس الوزراء.
رسوم الخدمة	• رسوم تقديم طلب منح رخصة البث (5) دنانير. • رسم منح رخصة بث فضائي ومقداره (5.130) دينار مضاف إليه ما يعادل (0.006) من قيمته بدل رسوم طوابع، و(2%) من رسوم منح الرخصة والتي تمثل رسوم صندوق دعم الحركة الثقافية والفنية. • الرسم السنوي لرخصة البث الفضائي ومقداره (5.030) دينار مضاف إليه ما يعادل (0.006) من قيمته بدل رسوم طوابع.
وقت إنجاز الخدمة	• شهرين. • تجدد الرخصة كل (5) سنوات.

تجديد رخصة بث البرامج التلفزيونية بواسطة الأقمار الصناعية (فضائي)

تجديد رخصة بث البرامج التلفزيونية بمختلف أنواعها بواسطة الأقمار الصناعية (فضائي)	
الفئات المستفيدة من الخدمة	الشركات الحاصلة على رخصة بث تلفزيوني مسبقاً من الهيئة.
مكان تقديم الخدمة	هيئة الإعلام/ مديرية التراخيص/ قسم البث الإذاعي والتلفزيوني.
شروط الحصول على الخدمة	لا يوجد.
الوثائق المطلوبة	• عقد عمل ساري المفعول للمدير التنفيذي مع الشركة. • شهادة تسجيل الشركة بتاريخ حديث. • شهادة تسجيل اسم وشعار المحطة النهائية الصادرة عن وزارة الصناعة والتجارة. • شيك مصدق مع الطلب بمقدار قيمة رسم تجديد رخصة بث فضائي بمقدار لا يقل عن (50%) من قيمة رسم منح الرخصة وذلك حسب قرار يصدره مجلس الوزراء بناء على تنسيب الوزير المستند إلى توصية المدير العام. • شيك مصدق مع الطلب بمقدار قيمة الرسم السنوي لرخصة البث الفضائي مضافاً إليه ما يعادل (0.006) من قيمته بدل رسوم طوابع.
المؤسسات الشريكة في تقديم الخدمة	• هيئة تنظيم قطاع الاتصالات. • مجلس الوزراء.
رسوم الخدمة	• رسوم تقديم طلب تجديد رخصة البث (5) دنانير. • رسم تجديد رخصة بث فضائي بمقدار لا يقل عن (50%) من قيمة رسم منح الرخصة وذلك حسب قرار يصدره مجلس الوزراء بناء على تنسيب الوزير المستند إلى توصية المدير العام. • الرسم السنوي لرخصة البث الفضائي ومقداره (5.030) خمسة آلاف وثلاثون ديناراً أردنياً متضمنة ما يعادل (0.006) من قيمته بدل رسوم طوابع.
وقت إنجاز الخدمة	شهر.

ترخيص مطبوعة إلكترونية شاملة

ترخيص مطبوعة إلكترونية شاملة	
الفئات المستفيدة من الخدمة	• الشركات الأردنية المسجلة والمملوكة للأردنيين. • الأحزاب السياسية الأردنية المرخصة.
مكان تقديم الخدمة	هيئة الإعلام/ مديرية التراخيص/ قسم تراخيص المطبوعات والمؤسسات والمواقع الإلكترونية.
شروط الحصول على الخدمة	• أن يتم تسجيل المطبوعة الإلكترونية كشركة وفقاً لأحكام قانون الشركات النافذ المفعول. • أن يكون مالك الشركة أردني الجنسية، وغير محكوم عليه بجناية أو بجنحة مخلة بالشرف والأخلاق العامة. • تعيين رئيس تحرير تتوافر فيه الشروط التالية: - • أن يكون صحفياً ومضى على عضويته في النقابة مدة لا تقل عن (4) سنوات. o أن يكون أردنياً ومقيماً إقامة فعلية في المملكة. o أن يكون متفرغاً لمهام عمله، وأن لا يعمل في أي مطبوعة أخرى. o أن يتقن لغة المطبوعة قراءة وكتابة. o لم يسبق أن حكم عليه بعقوبة المنع من ممارسة مهنة الصحافة.
الوثائق المطلوبة	• هوية الأحوال المدنية للمالك/المالكين ورئيس التحرير. • شهادة عدم محكومية للمالك/المالكين ورئيس التحرير. • شهادة عضوية نقابة الصحفيين الأردنيين لا تقل عن (4) سنوات لرئيس التحرير. • كشف من المؤسسة العامة للضمان الاجتماعي يتضمن رقم التأمين لرئيس التحرير. • صورة عن عقد عمل رئيس التحرير المبرم مع المطبوعة الإلكترونية. • الشهادة العلمية لرئيس التحرير. • تعهد من رئيس التحرير بالتفرغ للعمل في المطبوعة الإلكترونية. • رخصة مهن سارية المفعول من الأمانة أو البلدية المختصة. • شهادة تسجيل الشركة/ المؤسسة صادرة عن وزارة الصناعة والتجارة أو دائرة مراقبة الشركات بغاية إنشاء وتملك مطبوعة إلكترونية.

	• شهادة ترخيص الحزب. • شهادة تسجيل الاسم التجاري أو العلامة التجارية. • تحديد الرابط الإلكتروني (domain) لطالب التسجيل واسم وعنوان الشركة المستضيفة للمطبوعة الإلكترونية.
المؤسسات الشريكة في تقديم الخدمة	• لا يوجد.
رسوم الخدمة	• (50) دينار رسوم تقديم طلب ترخيص. • (1500) دينار رسوم ترخيص. • تجدد سنوياً بمبلغ (50) دينار.
وقت إنجاز الخدمة	• من (10-30) يوماً حسب نص القانون.

تجديد ترخيص مطبوعة إلكترونية شاملة

تجديد ترخيص مطبوعة إلكترونية شاملة	
الفئات المستفيدة من الخدمة	المطبوعات الإلكترونية الشاملة الحاصلة على ترخيص مسبق من هيئة الإعلام.
مكان تقديم الخدمة	هيئة الإعلام/ مديرية التراخيص/ قسم تراخيص المطبوعات والمؤسسات والمواقع الإلكترونية.
شروط الحصول على الخدمة	• لا يوجد.
الوثائق المطلوبة	• رخصة مهن سارية المفعول. • شهادة تسجيل الشركة/ دائرة مراقبة الشركات. • كشف من المؤسسة العامة للضمان الاجتماعي يثبت تعيين خمسة موظفين صحفيين كحد أدنى. • براءة ذمة من دائرة ضريبة الدخل والمبيعات.
المؤسسات الشريكة في تقديم الخدمة	• لا يوجد.

رسوم الخدمة		• رسوم طلب تجديد الرخصة (50) دينار.
وقت الخدمة	إنجاز	• من (1-3) أيام.

سابعا: خلاصة وتوصيات

ان لدى المشاريع الإعلامية الناشئة في الأردن العديد من التحديات والفرص، وهناك العديد من الجوانب التي يمكن العمل على تطويرها أو تعديلها أو حتى إستحداثها لدعم هذا القطاع والنهوض به.

وبالنظر إلى واقع العمل الإعلامي في الأردن بشكل عام، وإلى المشاريع الإعلامية الناشئة بشكل خاص يمكن تلخيص أهم الخطوات التي من شأنها إحداث تغييرات إيجابية ملموسة تنعكس آثارها ليس على هذه المشاريع الإعلامية فحسب، بل على الإقتصاد الكلي والبيئة الديموقراطية للدولة. ومن أهم هذه الخطوات:

أولاً: تطوير النظام التعليمي بشكل عام، إبتداء من مراحل الدراسة الأساسية ووصولاً إلى المستوى الجامعي بحيث تتضمن المناهج التعليمية مفاهيم الريادة والإبتكار والإبداع منذ المراحل العمرية الأولى للطلاب وحتى وصولهم إلى مرحلة تصبح فيها هذه المفاهيم جزءاً من ممارساتهم الحياتية.

ثانياً: إستحداث نشاطات تدريبية للمشاريع الإعلامية الناشئة يتم من خلالها تمكين هذا القطاع مهنياً خاصة في ما يتعلق بتطوير نموذج أعمال مستدام وقابل للتطوير، ونقل أهم النماذج والتجارب الناجحة في مجال المشاريع الإعلامية الناشئة من الدول الأخرى، بما في ذلك إستعراض ودراسة نماذج أعمال مبتكرة ومستدامة.

ثالثاً: العمل على إنشاء حاضنات ومسرعات أعمال مهنية خاصة بالإعلام، تكون قادرة على توفير الدعم التقني والمهني للمشاريع الإعلامية الناشئة بما يتلائم وخصوصية هذا القطاع، خاصة وأن معظم حاضنات ومسرعات الأعمال الموجودة حالياً في الأردن موجهة بشكل أكبر نحو قطاع تكنولوجيا المعلومات.

رابعاً: إستكمال العمل على الإطار التشريعي للشركات الريادية والناشئة الذي بدأت الحكومة العمل عليه والمشار إليه سابقاً في هذه الدراسة، لما سيكون لذلك من آثار مباشرة على قدرة القطاع الإعلامي الناشيء على التطور والمنافسة.

خامساً: مراجعة منظومة التشريعات الناظمة للعمل الصحافي والإعلامي، بما يكفل للصحافيين القدرة على ممارسة العمل الصحافي بحرية أكبر، وبما يوفّرمساحة أكبر من حرية الرأي والتعبير.

سادساً: مراجعة شروط الإنتساب لنقابة الصحافيين الأردنيين والعمل على تقليل القيود الموضوعة على شروط العضوية، بحيث لا تقف عائقاً أمام من يرغب بالإنتساب للنقابة.

إن المشاريع الإعلامية الناشئة في الأردن إستطاعت تقديم نموذج وتجربة إعلامية مميزة رغم ما تواجهه من تحديات داخلية وخارجية، وستكون قادرة على تقديم المزيد إذا ما توفّر لها مساحة أكبر من حرية التعبير وحرية ممارسة العمل الصحافي، بالإضافة إلى أدوات التمكين الأخرى التي تضمن إستقلاليتها مادياً ومهنياً.

خلاصة عامة

يبدو واضحا من خلال الدراسات الثلاث التي تناولت لبنان والمغرب والاردن أن هناك توجها قويا لقيام المؤسسات الرقمية الاعلامية الناشئة في هذه الدول، وان هناك محاولات جدية كي تكتسب هذه المؤسسات موقعها في مجال الابتكار وريادة الاعمال والتأسيس لمفاهيم اقتصادية جديدة. وما يشجع في هذا الميدان وجود حاضنات وصناديق راعية لمثل هذه المشاريع يمكن الاعتماد عليها لاطلاق مبادرات مبتكرة.

لكن يبدو جليا أيضا ان المؤسسات الناشئة تشق طريقها بصعوبة بالنظر الى معوقات كثيرة تقف في طريقها، كمثل غياب القوانين الناظمة والداعمة، وكثرة الخطوط الحمر التي تحد من حرية هذه المؤسسات ونشاطها، وصعوبة الوصول الى المعلومات، وغياب شبكات معلوماتية متطورة...

يضاف الى هذه المعوقات غياب نماذج اقتصادية جديدة تتناسب مع هذه المؤسسات الناشئة بالنظر الى سقوط نماذج التمويل القديمة ما يعني ضرورة السعي الى مبادرات ذاتية التمويل من خلال استجابة هذه المشاريع لحاجة مجتمعية هامة. هذا مع العلم أن الجامعات في هذه الدول لم تخط بعد خطوة علمية ضرورية في هذا الاتجاه وهي ادخال مفاهيم الابتكار والريادة والاعمال في المناهج الاكاديمية.

كما ان الاوضاع السياسية والاقتصادية التي يمر بها اليوم العالم العربي تولد معوقات اضافية كمثل حذر الانظمة السياسية من المؤسسات الاعلامية الناشئة، وغياب التمويل الاساسي للبنى التحية التكنولوجية وشح الموارد الاعلانية ...

لقد أثبتت المؤسسات الناشئة، على أنواعها، في الدول المتقدمة أهميتها على صعيد الاقتصاد والنمو وخدمة الجمهور والاستجابة للحاجات الجديدة للمجتمع التي اوجدتها تكنولوجيا المعلومات. كما بينت تجارب متعددة في النماذج التي عرضتها الدراسة هذا الدور الكبير لمثل هذه المؤسسات وحاجة المجتمع اليها في ميادين متعددة. لذلك يبدو من الضروري وضع خطط من جانب القطاعين العام والخاص في لبنان والعالم العربي، من أجل دعم هذه المبادرات ورعايتها وتطوير البنى القانونية والمالية والتقنية التي تسمح باطلاق هذه المشاريع وحضانتها.